

NCAM12



PSU[®]
คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

National Conference on Administration and Management

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12

6 มิถุนายน 2563

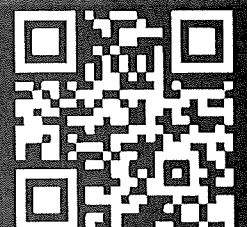
ณ อาคารวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



การบริหารจัดการสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS FOR MANAGEMENT

ABSTRACTS + PROCEEDINGS

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
<http://ncam.fms.psu.ac.th>



NCAM12

**National Conference on
Administration and Management**

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563
The 12th National Conference on Administration and Management

วันเสาร์ที่ 6 มิถุนายน 2563

ณ อาคารวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จัดทำโดย

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------------|
| ห้องนำเสนอ 5 การจัดการการท่องเที่ยว/MICE | 453 |
| 34. การศึกษาความคิดเห็นของออกาไนเซอ์ต่อความต้องการของนักเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย | 454 |
| 35. ความต้องการสืบสานและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมการเล่นท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเทศบาลตำบลธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา | 466 |
| 36. การพัฒนาแบบวัดทัศนคติต่อธุรกิจบ้านพักในฟาร์มกรณีศึกษา: นักท่องเที่ยวใช้บริการธุรกิจบ้านพักในฟาร์มในจังหวัดน่าน | 478 |
| 37. แนวคิดในการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นภาคกลางสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร อย่างยั่งยืน | 491 |
| 38. การวิเคราะห์ความหลากหลายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สู่การศึกษาการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม | 504 |
| 39. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าสงขลา | 520 |
| 40. การวิเคราะห์สภาพการณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และทุนทางสังคม ของหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษา บ้านบางสะแก ตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม | 531 |
| 41. Exploratory Study Towards Event Technologies in Five Selected Thailand MICE Venues | 544 |
| 42. แนวทางการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสันติภาพโดยชุมชน จังหวัดปัตตานี | 558 |
| 43. การศึกษาองค์ประกอบท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรม ของจังหวัดปัตตานี | 571 |
| 44. แนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ | 582 |
| ห้องนำเสนอ 6 รัฐประศาสนศาสตร์/บริหารรัฐกิจ | 596 |
| 45. อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และบรรยากาศนวัตกรรมที่ส่งผล ต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานองค์การบริหาร ส่วนตำบลในจังหวัดสงขลา | 597 |
| 46. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงาน เทศบาลเมือง และเทศบาลนครในจังหวัดสงขลา | 607 |
| 47. อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร: กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ในจังหวัดสงขลา | 618 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------------|
| 48. ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสวัสดิการสังคม ตามมาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาพื้นที่เทศบาลนครสงขลา | 628 |
| 49. การจัดการความเสี่ยงอุทกภัยของเกาะลิบง: การวิเคราะห์ปัจจัยเกื้อหนุน และปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน | 642 |
| 50. ความสัมพันธ์ของสมรรถนะที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ของธนาคารแห่งหนึ่งในประเทศไทย | 654 |
| 51. การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารความหลากหลาย ของบุคลากรที่มีช่วงอายุต่างกันในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนราธิวาส | 667 |
| 52. อิทธิพลของความล่าช้าจากกฎระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ส่งผล ต่อความผูกพันในงานและบทบาทของความสอดคล้องระหว่างบุคคล กับองค์กรในฐานะตัวแปรคั่นกลาง: กรณีศึกษาข้าราชการในองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา | 680 |
| 53. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงานของอาจารย์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ | 691 |
| 54. การจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะพื้นที่จังหวัดพัทลุง | 704 |
| ห้องนำเสนอ 7 การจัดการทั่วไป | 717 |
| 55. การศึกษาอิทธิพลของการทำงานทางไกลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพ ของพนักงานธนาคารในภาคใต้ | 718 |
| 56. การประเมินความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการนำระบบซอฟต์แวร์ อัตโนมัติมาใช้ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์: กรณีศึกษา ธนาคารเอปียี สายงานปฏิบัติการ | 732 |
| 57. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการเรียนรู้และความพึงพอใจในงาน ของพนักงานสายวิชาการ มหาวิทยาลัยพะเยา | 744 |
| 58. การบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านดุกสุเหร่า ตำบลบาเจาะ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส | 755 |
| 59. แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ ไชนารายณ์ อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย | 767 |
| 60. ช่องว่างของแนวคิดคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม | 777 |
| 61. ผลกระทบของเหตุการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ที่มีต่อ อุตสาหกรรมโรงแรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ | 788 |

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขขุบท
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี ลิ้มอุสันโน
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑามณี ตรีระกุลมุกดา
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตติยาพร จารุมณีรัตน์
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมีย์
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิราภรณ์ จันทร์โพธิ์นุกูล
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษณุพงษ์ โพธิ์พิรุฬห์
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ บางโชคดี
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพร คุณวิชาติ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฬาลักษณ์ พัฒนศักดิ์ภิญโญ
13. ดร.กุลกานต์ เมเวส
14. ดร.ชายนีย์ ช. บุญพันธ์
15. ดร.จันทวรรณ ปิยะวัฒน์
16. ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์
17. ดร.ณติกา ไชยานุพงศ์
18. ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ
19. ดร.ธนุวัศ สุวรรณวงศ์
20. ดร.ดรณีกร สุปนต์
21. ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์
22. ดร.ธัญรดี ทวีกาญจน์
23. ดร.นนทิกัด เพียรโรจน์
24. ดร.พัชราภรณ์ บุญเลื่อง
25. ดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์
26. ดร.ฤชฎา เทพยากุล
27. ดร.วันอามิณา บอสตันอสี
28. ดร.ศรัณยู กาญจนสุวรรณ
29. ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์
30. ดร.สิริวิท อีสโร
31. ดร.เอกฤทธิ์ แก้วประพันธ์

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิที่พิจารณาบทความ (ต่อ)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์
2. รองศาสตราจารย์พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์
3. รองศาสตราจารย์ภาณุ ธรรมสุวรรณ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอแก้ว จันทร์กิงทอง
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชฎา หนูสาย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดลฤทัย โกวรรธนะกุล
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ยุคันตวนิชชัย
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพร ทองชะโชค
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพมาศ ปักเข็ม
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษอรี ยีหมะ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒนธนะ บุญชู
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ บัวชุม
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ ศุทธชัย
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรวิชญ์ เยาวสุวรรณไชย
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี ฤกษ์ขำ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัต สงสม
19. ดร.ปิยะวดี โรหิตารขุน
20. ดร.ชนาธิป หวังรวงศ์
21. ดร.ปะการัง ชื่นจิตร
22. ดร.ปาริชาติ จันทร์ศรีบุตร
23. ดร.ภุรีทัต อินยา
24. ดร.วินัย นาดิ
25. ดร.ศิรดา นวลประดิษฐ์
26. ดร.सानิตย์ ศรีชูเกียรติ
27. ดร.สุวิมล บัวทอง

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความ

ห้องนำเสนอ 1 การบัญชี 1/2

ดร.จิตติมา วิเชียรรักษ์

ดร.ศิรดา นวลประดิษฐ์

ห้องนำเสนอ 2 การบัญชี 2/2

รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย

ห้องนำเสนอ 3 การตลาด และการจัดการโลจิสติกส์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิราภรณ์ จันทร์โพธิ์นุกูล

ดร.สุมนา ลาภาโรจน์กิจ

ห้องนำเสนอ 4 ระบบสารสนเทศ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรธุรกิจ

ดร.ณติกา ไชยานุพงศ์

ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ

ห้องนำเสนอ 5 การจัดการการท่องเที่ยว/MICE

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์

ดร.พัชราภรณ์ บุญเลี้ยง

ห้องนำเสนอ 6 รัฐประศาสนศาสตร์/บริหารรัฐกิจ

ดร.ดนุวัศ สุวรรณวงศ์

ดร.ฤชฎา เทพยากุล

ห้องนำเสนอ 7 การจัดการทั่วไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์

ดร.ศิรินุช ลอยกุลนันท์

การศึกษาความคิดเห็นของออกาไนเซอร์ต่อความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Investigating Organiser Perceptions on Incentive Travel Visitors' Demands Towards Health and Spas in Bangkok, Thailand

เก็ดศิริ เจริญวิศาล

Kaedsiri jaroenwisan¹

ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์

Songsin Teerakunpisut²

ศตายุ ร่มเย็น

Satayu Romyen³

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษานี้ประกอบด้วย (1) เพื่อศึกษาระดับความสนใจด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ (2) เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และ (3) เพื่อจัดทำแนวทางการจัดการบริการด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ เจ้าของ ผู้บริหาร หัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการ ตลอดจนพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทจัดการธุรกิจไมซ์ที่อยู่ในสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (Event Management Association (EMA)) เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 249 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ระดับความสนใจในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งในส่วนของด้านรูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล พบว่า มีความต้องการในการวางแผนไทยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพร นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความต้องการด้านบุคลากรผู้ให้บริการกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล พบว่า มีความต้องการการใส่ใจบริการ กระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการการบริการด้วยความสุภาพ มีรอยยิ้มแจ่มใส โดยผลการศึกษาดังกล่าวผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดขีดความสามารถในการรองรับของกลุ่มนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

คำสำคัญ: ความต้องการ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล กิจกรรมเชิงสุขภาพ ออกาไนเซอร์

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: songsin.t@psu.ac.th

³ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการจังหวัดสงขลา

E-mail: romyen2537@gmail.com

Abstract

This research examines views of organisers on incentive travel visitors' demands towards health and spas in Bangkok, Thailand. In order to address these perceptions, three objectives are investigated; (1) degrees of interest on health and spa-based incentive travel activities, (2) patterns of incentive travel activities which are in line with health and spa-oriented practice, and (3) health and spa-service provision guidelines for incentive travel visitors. This study has been positioned within a quantitative approach being incorporated into surveys with Event Management Association (EMA) members who have experienced in organising incentive travel events in Bangkok. 249 surveys were completed by organisers. With respect to data analysis, the surveys were analysed using the computer program Statistical Product and Service Solutions. The findings reveal that Thai massage has been ranked as the highest level, followed by herbal service and provision. With regard to health and spa front-line staff, the most significant percentage of organiser participants indicated that staff must be always willing to serve, followed by being polite and friendly. This research sheds light on health-spa service and provision for incentive travel visitors. The study also provides recommendations for medical tourism industry and MICE sector on how to improve their practice.

Keywords: Demands, Incentive Travels, Health and Spas Activities, Organisers

บทนำ

ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ หรือการประชุมองค์กร (Meetings) การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และการแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions) มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก (มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง, 2562) โดยภายใต้ยุทธศาสตร์ประเทศไทยด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้น มาตรการสำคัญประการหนึ่งคือการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ นอกจากนี้ยุทธศาสตร์ชาติยังมุ่งหมายให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติของโลก ทั้งนี้เนื่องจากไมซ์มีความแตกต่างจากธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการเดินทางและกำลังในการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ที่มีมากเป็น 3.5 เท่าของนักท่องเที่ยวแบบปกติ (Wann, 2011) โดยในปี 2562 อุตสาหกรรมดังกล่าวสามารถทำรายได้ให้กับประเทศสูงถึง 2.51 แสนล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2562) ทั้งนี้ด้วยจุดเด่นทางด้านภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมต่อการเดินทางเพื่อเจรจาทางด้านธุรกิจและการท่องเที่ยว ตลอดจนความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมต่างๆ ทางด้านไมซ์และก่อให้เกิดการขยายตัวทางด้านการค้าและการลงทุน อย่างไรก็ตามการออกแบบกิจกรรม “ก่อน - ระหว่าง - หลังการทำกิจกรรมไมซ์” ที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น

นับเป็นการเพิ่มความน่าสนใจอันเป็นการสร้างการเรียกร้องให้เกิดการเดินทางมาประกอบธุรกิจไม่เพียงเพิ่มขึ้น ด้วยเหตุนี้ บริษัท แบนคอกเทรนนิง อินเทอร์เน็ตชั่นนัล จำกัด (2561) ได้จัดทำโครงการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของกิจกรรมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ เสนอต่อสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยได้เสนอกิจกรรมสร้างสรรค์ 7 รูปแบบ เพื่อให้เกิดการต่อยอดและเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วย ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Fascinating History and Culture) การผจญภัย (Exhilarating Adventures) การสร้างทีมเวิร์ค (Treasured Team Building) กิจกรรม CSR และการประชุมเชิงอนุรักษ์ (CSR and Green Meetings) กิจกรรมบรรยากาศชายหาดการจัดงาน (Beach Bliss) การจัดงานและกิจกรรมหรูหรามีระดับ (Lavish Luxury) และกิจกรรมนำเสนออาหารไทยในทุกการจัดงานที่หลากหลาย (Culinary Journeys) เพื่อเพิ่มคุณค่าของกิจกรรม และพัฒนาสู่การมีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวไมซ์ที่มาเยือนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังจะเห็นได้ว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยการสร้างกิจกรรมแปลกใหม่และท้าทายมีความสำคัญต่อการสร้างความประทับใจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์รวมถึงผู้ใช้บริการไมซ์ โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดในกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ได้กล่าวมาข้างต้นพบว่า ได้มีความพยายามบูรณาการกิจกรรมทางด้านสุขภาพและสปาเข้าไปในเส้นทางการสร้างประสบการณ์ ทั้งนี้จากรายงาน Global Wellness Institute ระบุว่าปี 2560 มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยใหญ่เป็นอันดับที่ 13 ของโลก สามารถสร้างมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจประมาณ 320,000 ล้านบาท (ณาริญา วีระกิจชัยนันต์ ไชยเสน พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม, 2562) และที่สำคัญกรุงเทพมหานครนับเป็นจุดหมายปลายทางที่มีสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่เข้าระบบและผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International Accreditation USA.) สูงที่สุดในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ภาครัฐจึงได้มีการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นหนึ่งในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 5 ประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561 - 2580) เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยพร้อมเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ที่สามารถแข่งขันกับนานาชาติ โดยใช้ศักยภาพความแข็งแกร่งด้านระบบบริการสุขภาพของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งทางด้านกรนวดแผนไทย การใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรต่างๆ อาหารเพื่อสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นต้น (Hamed 2015) อีกทั้งด้วยค่านิยมในการสอดแทรกกิจกรรมเชิงสุขภาพให้ไปอยู่ในตารางกำหนดการ “ก่อน - ระหว่าง - หลังการทำกิจกรรมไมซ์” แต่ทั้งนี้เมื่อทบทวนวรรณกรรมและเอกสารทางวิชาการในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทางการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพพบว่า งานแทบทั้งหมดจะเน้นไปทางด้านกรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วไป (Medical tourism) ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลสามารถสร้างมูลค่าแก่อุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างสูงต่อไปได้นั้น ช่องว่างทางด้านความรู้โดยเฉพาะความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพจึงควรจะต้องเร่งทำการศึกษา อันจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของไมซ์ไทยให้มากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความสนใจด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ
2. เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล
3. เพื่อจัดทำแนวทางการจัดการบริการด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบระดับความสนใจด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ
2. บริษัทบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ (Destination Management Company) รวมทั้งธุรกิจด้านสุขภาพ และสปา สามารถนำข้อค้นพบไปใช้ในการวางแผนออกแบบและดำเนินงานกิจกรรมเชิงสุขภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels)

การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travels) เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสูงที่สุดของประเทศไทย ซึ่งสามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาได้มากกว่าหลายพันล้านเหรียญสหรัฐ และในปี 2561 มีนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยสูงถึง 335,992 คน โดยการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเป็นหนึ่งในกิจกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ที่ประกอบด้วย การประชุมองค์กร (Meetings) การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travels) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และนิทรรศการ (Exhibitions) และมีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบุคลากร ซึ่งการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิต การรักษากุศลกรที่มีศักยภาพและบุคลากรที่ทรงคุณค่าขององค์กร (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2563) ทั้งนี้การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลมีรูปแบบการเดินทางแบบหมู่คณะมีผู้เข้าร่วมไม่ต่ำกว่า 10 คน และจะมีการพักแรมอย่างน้อย 1 คืน ซึ่งจัดขึ้นโดยความต้องการขององค์กรเพื่อตอบแทนบุคลากรที่สามารถทำงานบรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ และสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร อันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการการทำงานที่ดีต่อไป โดยการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบแทนเฉพาะบุคลากรขององค์กรเท่านั้น แต่องค์กรยังสามารถจัดการการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเพื่อตอบแทนแก่ลูกค้าได้ด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งค่าใช้จ่ายในการเดินทางทั้งหมดองค์กรจะเป็นผู้รับผิดชอบ ดังนั้นการเลือกจุดหมายปลายทางจึงจำเป็นต้องสร้างประสบการณ์คุณค่า และความน่าพอใจให้กับผู้มาเยือน (ทรงสิน ชีระกุลพิศุทธิ์, 2563) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมไมซ์ที่องค์กรใช้เป็นเครื่องมือในการตอบแทนแก่บุคลากรและลูกค้าที่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายที่ได้วางไว้ และสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเหล่านั้นให้เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร อันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่อไป โดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลทั้งหมดองค์กรจะเป็นผู้ดูแล และลักษณะของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลจะมีการเดินทางและพักแรมแบบหมู่คณะ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ โดยจะมีการทำกิจกรรมส่งเสริม รักษา และฟื้นฟูสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสไปพร้อมกับการท่องเที่ยวที่จะช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัดและชุมชนโดยรอบ อีกทั้งยังเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ซึ่ง Thirachaya, Aree และ Tran (2014) ยังได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นผลมาจากการเดินทางโดยคนที่มีแรงจูงใจในการรักษา หรือส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพวกเขา ซึ่งการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างน้อยนักเดินทางต้องการพักผ่อนหนึ่งคืน เพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับร่างกาย และเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของร่างกายและจิตใจ

ซึ่งในอนาคตกระแสนิยมทางด้านความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการใช้ชีวิตประจำวัน อาทิ สปาและการดูแลสุขภาพสำหรับเด็ก (Spa & Wellness for Kids) และการดูแลสุขภาพกายและใจในช่วงการเปลี่ยนแปลงของชีวิต (Retreat During Life's Transitions) เป็นต้น (Nutworadee, 2017) และในปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการการท่องเที่ยวได้นำโปรแกรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาทำการตลาดมากยิ่งขึ้น ตลอดจนมีผู้ประกอบการบางรายได้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาเชื่อมโยงกับการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเพื่อเพิ่มฐานทางการตลาดให้กับองค์กร (Hamed 2015) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของการฟื้นฟู บำบัด และเสริมสร้างสุขภาพทั้งกายและใจให้แข็งแรง ด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือการบำบัดด้วยการบริการด้านสุขภาพต่าง ๆ ตลอดจนการนำมาซึ่งการทำตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบใหม่ๆ

ความต้องการของนักเดินทางไมซ์

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบันได้มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ยุรพร และคณะ 2559; Akkhaphin, 2016; Songsin, 2018) และมีการกล่าวถึงพฤติกรรมความต้องการและการตัดสินใจของนักเดินทางไมซ์อย่างหลากหลาย โดย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2562ก) ได้กล่าวว่า ความต้องการของนักเดินทางไมซ์ คือ ความต้องการในประสบการณ์การเรียนรู้ที่แปลกใหม่ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และลงมือปฏิบัติในสถานที่จริง ซึ่งนำไปสู่การสัมผัสกับการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากเดิม อันส่งผลต่อความประทับใจและการบอกต่ออย่างไม่รู้ลืม อีกทั้งงานวิจัยของ Zhang, Leung & Qu (2007) ได้ค้นพบว่า นักเดินทางไมซ์มักจะมีพฤติกรรมตัดสินใจในการเข้าร่วมงานประชุมวิชาการ โดยมีเงื่อนไขของความคุ้มค่าทางด้านเวลาที่สูญเสียไปในราคาที่เหมาะสม และปัจจัยทางด้านการเข้าถึงสถานที่ที่เป็นตัวแปรสำคัญในความต้องการ หรือความสนใจในการเลือกสถานที่จัดกิจกรรม ตลอดจนงานวิจัยของ Macartney (2008) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวไมซ์จะพิจารณาความสนใจในกิจกรรมที่จัดนอกเหนือการประชุม ภาพลักษณ์ของเมือง และความพิเศษของแหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรม ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ความต้องการของนักเดินทางไมซ์ เป็นการเดินทางในความต้องการที่จะเรียนรู้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ สัมผัสกับการแลกเปลี่ยนความรู้ และลงมือปฏิบัติในสถานที่จริง เพื่อสร้างความประทับใจในการเดินทาง โดยมีเงื่อนไขที่สำคัญต่างๆ ในการพิจารณาความคุ้มค่าในการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ ความคุ้มค่าทางด้านเวลาที่สูญเสียไป การเข้าถึง

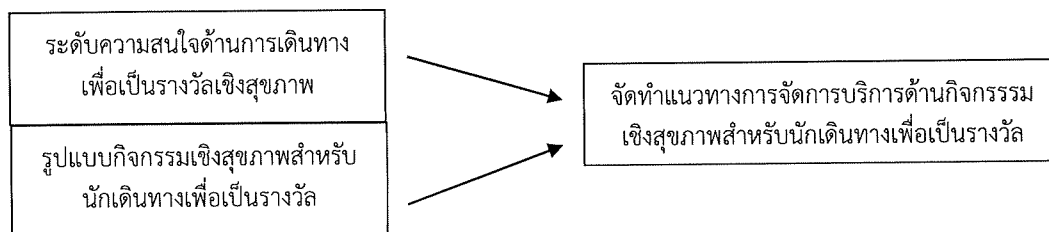
สถานที่จัดกิจกรรม กิจกรรมที่จัดนอกเหนือการประชุม ความพิเศษของแหล่งท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ของเมือง เป็นต้น

การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ เป็นการผสมผสานระหว่างการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ถึงแม้ว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการขยายตัวของธุรกิจการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Han, Kiattipoom, Jung & Kim, 2017) แต่กลับพบว่างานวิจัยที่เน้นมาทางด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพยังมีจำนวนน้อย ซึ่งในปัจจุบันจากความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เพิ่มขึ้น (Nutworadee, 2017) ทำให้เกิดช่องว่างทางการตลาดในจัดทำทริปการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพของธุรกิจการท่องเที่ยว หรือกิจกรรมนอกเหนือจากโปรแกรมการประชุมสัมมนาและการประชุมทางธุรกิจอื่น ๆ มากขึ้น ซึ่งโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คนหนุ่มสาวให้ความสนใจ คือ การทำสปา-นวด (Kadieva, 2015) ทั้งนี้บริษัทหลากหลายแห่งได้ริเริ่มมีการนำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาเป็นหนึ่งในโปรแกรมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล เพื่อกระตุ้นให้พนักงานของตนได้ตระหนักถึงการดูแลสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ (Hamed, 2015) อันนำมาซึ่งสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงและความพร้อมในการดำเนินงาน อันส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพของพนักงานในองค์กร (Schmidt & MA, 2012) ทั้งนี้เนื่องด้วยความต้องการที่แพร่หลายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงนำมาซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เข้ามาเพื่อการบำบัด และการพักผ่อน เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ตลอดจนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนักเดินทางไมซ์ คือ มีกำลังในการใช้จ่ายค่อนข้างสูง และต้องการความใส่ใจเป็นพิเศษ อาทิ การพักโรงแรมหรู ต้องการผู้ประสานงานในการเดินทางและที่ปรึกษาทางการแพทย์โดยตรง เป็นต้น (ณารัตนา วีระกิจ และคณะ, 2562) จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับการสนับสนุนในการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้กับองค์กร ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่องค์กรใช้ตอบแทนบุคลากรที่สามารถทำตามเป้าหมายขององค์กรได้ โดยมีจุดหมายปลายทางเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิ สถานที่นวดบำบัด หรือสปาคุณภาพดี เป็นต้น เพื่อบำบัด ผ่อนคลาย และฟื้นฟูสุขภาพร่างกายของบุคลากรให้กลับมาแข็งแรงอีกครั้ง อันมีผลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการทำงานและค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพบุคลากรขององค์กร โดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพองค์กรจะเป็นผู้รับผิดชอบในรายการจ่ายทั้งหมด

กรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย

เพื่อความคิดเห็นของออกาไนเซชันต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เจ้าของ ผู้บริหาร หัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการ ตลอดจนพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทจัดการธุรกิจไมซ์ (Destination Management Company) ที่อยู่ในสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (Event Management Association (EMA)) เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 437 คน กลุ่มตัวอย่างได้มาจากตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างถึงในสมชาย วรภิเกษมสกุล, 2557) ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ 205 คน เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย และทำการเก็บแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ มีการกระจายแบบสอบถามต่อๆ กันของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาที่ผ่านการคัดกรองข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งหมด 249 ชุด แบ่งเป็น เจ้าของ 20 ชุด ผู้บริหาร 48 ชุด หัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการ 68 ชุด และพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทจัดการธุรกิจไมซ์ 113 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งได้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามเพื่อพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถามที่ครอบคลุมงานวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ซึ่งแบบสอบถามจะแบบออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) ระดับความสนใจด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ (2) รูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และ (3) ความต้องการด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยมีการตอบคำถามเป็นแบบเลือกตอบการให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความคิดเห็นของออกาไนเซชันต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อพิจารณาข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.26 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.26 และ เพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 1.61

ซึ่งมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 74.63 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.40 โดยมีตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ คิดเป็นร้อยละ 45.38 รองลงมา คือ หัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 27.31 และมีประสบการณ์ส่วนใหญ่อยู่ที่ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 52.24 รองลงมาคือ 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.78 ตลอดจนรูปแบบขององค์กรส่วนใหญ่เป็นเอกชน คิดเป็นร้อยละ 68.66 รองลงมาคือ ภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 20.90 เป็นต้น

2. ระดับความสนใจการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ พบว่า ระดับความสนใจในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.18, S.D = 0.77)

3. ความต้องการรูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.63, S.D = 1.11) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความต้องการการนวดแผนไทยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 3.84, S.D = 1.00) รองลงมาเป็นความต้องการการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพร (\bar{x} = 3.82, S.D = 1.15) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการการแช่น้ำพุร้อน (\bar{x} = 3.40, S.D = 1.12)

4. ความต้องการด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 3.97, S.D = 0.95) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความต้องการการใส่ใจบริการ กระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับที่มากที่สุด (\bar{x} = 4.52, S.D = 0.68) รองลงมาเป็นความต้องการการบริการด้วยความสุภาพ มีรอยยิ้มแจ่มใส และความต้องการความสุภาพอ่อนน้อม (\bar{x} = 4.48, S.D = 0.65) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการกล่าวคำทักทาย คำขอบคุณ คำอำลา คำอวยพร (\bar{x} = 4.22, S.D = 0.93)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาความคิดเห็นของออกาโนเซอร์ต่อความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ระดับความสนใจในการจัดกิจกรรมเชิงสุขภาพในโปรแกรมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล เป็นตัวแปรเบื้องต้นที่สอบถามความคิดเห็นในด้านความสนใจของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลต่อกิจกรรมเชิงสุขภาพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่ากิจกรรมดังกล่าวมักจะได้รับ ความสนใจในระดับสูงจากนักเดินทางกลุ่มนี้ ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลซึ่งมักจะได้รับ การสนับสนุนค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางจากบริษัท อีกทั้งยังต้องเดินทางพร้อมกัน ในลักษณะของบุคลากรทั้งองค์กร รวมทั้งต้องมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ดังนั้นการสรรหากิจกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายในการเดินทางครั้งนี้ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะทำเนินการโดยผู้บริหารของบริษัท รวมทั้งนักวางแผนการจัดประชุม (Meeting planner) และผู้จัดงานประชุม (Conference organiser) จึงต้องสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำ (ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์, 2563) ไม่เพียงแค่นั้นจากการศึกษาของ ณีภูรีวรรดิ คณิตินสุทธิทอง (2560) ยังพบว่า ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความหลากหลายและเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในการมาพักผ่อนร่างกายและบำบัดจิตใจ ตลอดจนริเริ่มเข้ามา มีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นยังสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ที่กล่าวไว้ว่า การได้มาของงานที่มีประสิทธิภาพเป็นส่วนหนึ่งที่มาจากการได้รับความพึงพอใจหรือความสนใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร (พิชญานันท์ รัตน์น่วม, 2556) ตลอดจนการสนับสนุนความ

สนใจในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลที่มีการกระตุ้นมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (2562) ได้จัดทำโครงการ Thailand 7 MICE Magnificent Themes โดยได้นำเสนอรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ เสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ในการเรียนรู้จริงให้กับนักเดินทางไมซ์หลังจากรีบูตธุรกิจหรือกิจกรรมที่สำคัญ โดยแบ่งประเภทการท่องเที่ยวเป็น 7 มิติที่แตกต่างกันไป ซึ่งหนึ่งในกิจกรรมที่แฝงอยู่ในการท่องเที่ยวทั้ง 7 มิตินี้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มาในรูปแบบของการทำสปา หรือการนวดต่างๆ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าหน่วยงานต่างๆ จะได้มีการนำเสนอรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลายสำหรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล อันเนื่องมาจากความสำคัญของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้เติบโตขึ้นตามลำดับ (ณารัตนา วีระกิจและคณะ, 2562) แต่การบูรณาการกิจกรรมดังกล่าวเข้าไปในโปรแกรมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลโดยเฉพาะในประเทศไทยพบว่ายังมีอยู่อย่างจำกัด

2. “สุขภาพและสปา” เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่เป็นความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล โดยเมื่อพิจารณาความต้องการรายด้าน พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลคือ การนวดแผนไทย และการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งเนื่องมาจากปัจจุบันการนวดแผนไทยของประเทศไทยเป็นการบริการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นการบริการที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยที่ชัดเจน และเป็นกิจกรรมที่ผ่อนคลายความเมื่อยล้าจากการทำงาน หรือ กิจกรรมที่หนักหน่วงได้เป็นอย่างดี ตลอดจนการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มักเป็นการบริการที่ควบคู่กับการนวดแผนไทยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวผ่อนคลายความเครียดและกลับมาสดชื่นใหม่อีกครั้ง อีกทั้งเมื่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการนวดแผนไทย และสปา มีจำนวนมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจและมีการประชาสัมพันธ์โปรโมชันการบริการเชิงสุขภาพประเภทนี้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจากจุดเด่นที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้การนวดแผนไทยและการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการที่ต้องการสรรหากิจกรรมในการฟื้นฟูสุขภาพทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจของพนักงานให้คืนกลับมาเหมือนเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย จันทโร สุนีย์ ล่องประเสริฐ และนันทวรรณ ช่างคิด (2559) ที่พบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษธานีส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา-นวดน้ำมัน เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเครียดของตนเอง

3. ด้วยพฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์มักจะมีคาดหวังต่อประสบการณ์ที่จะได้รับในระดับสูง อีกทั้งการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อรองรับความต้องการของนักเดินทางกลุ่มนี้มักจะต้องมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า รวมทั้งมีการออกแบบและเตรียมการเป็นอย่างดี (Songsin, 2018) ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์ความต้องการด้านบุคลากรต่อการจัดกิจกรรมเชิงสุขภาพพบว่า นักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลมีความต้องการด้านการใช้บริการและกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานอยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมาเป็นความต้องการการบริการด้วยความสุภาพ มีรอยยิ้มแจ่มใส และความต้องการความสุภาพอ่อนน้อม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าด้วยลักษณะพฤติกรรมที่มักมีการเดินทางเป็นหมู่คณะ หรือการมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไปใช้บริการสถานที่เชิงสุขภาพ ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เข้ามาเพียงไม่กี่คน จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพมีความต้องการในการเตรียมความพร้อมในการรองรับและการเอาใจใส่จากสถานที่ประกอบการเป็นพิเศษ อาทิ การเอาใจใส่ในการรองรับการให้บริการสุขภาพ และการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์การบริการที่เพียงพอ และความ

กระตือรือร้นในการบริการที่เท่าเทียมกันอย่างทั่วถึง ตลอดจนความต้องการในการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพของนักเดินทางดังกล่าวมักมีพฤติกรรมความต้องการในการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงใหม่ การเรียนรู้วัฒนธรรม และการต้อนรับขับสู้ที่ดีจากสถานที่ท่องเที่ยว อาทิ การต้อนรับขับสู้ และความ เป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของสถานที่ประกอบการ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิภา จิรวัดณ์ อนันต์ (2553) ที่พบว่า นักเดินทางไม่ซีมีความพึงพอใจกับการได้รับการบริการที่ดีของสถานที่ให้บริการ อาทิ การบริการของพนักงานที่สุภาพ มีอัธยาศัยที่ดี เป็นกันเอง และความกระตือรือร้นในการเอาใจใส่ ในการปฏิบัติงาน เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kinnunen และ Hahti (2015) ที่พบว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดความล้มเหลวในการจัดกิจกรรมหรือการจัดงานเทศกาล คือ การมีแผนทางการตลาด และคุณภาพในการบริการที่มีคุณภาพต่ำจนเกินไป แต่อย่างไรก็ตามสถานที่ประกอบการเชิงสุขภาพ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการให้บริการที่เป็นมาตรฐานแก่ผู้มาเยือนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ภักดี กลั่นภักดี (2561) ที่พบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานที่ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ที่ ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านสถานที่ การบริการ และด้านบุคลากรส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ด้วยความต้องการของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลมีความต้องการที่มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และมักเดินทางเป็นหมู่คณะ ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรจัดทำแผน หรือมาตรการในการรองรับนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเป็นพิเศษ เพื่อสร้างความประทับใจและพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับการให้บริการแก่นักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การวางแผนการจัดการพนักงานในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากและได้รับมาตรฐานการบริการที่เท่าเทียมกัน การจัดเตรียมอุปกรณ์ในการให้บริการลูกค้าที่เพียงพอ และการวางแผนการให้บริการลูกค้าที่เพิ่มเติม ความแปลกใหม่ ตลอดจนเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยตรง เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรมีการส่งเสริมอัตลักษณ์ของสถานที่บริการของตนให้มีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับจากนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ เพื่อเพิ่มแรงจูงใจ และการกระตุ้นให้เกิดการต้องการมาของนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล

3. ด้วยงานวิจัยฉบับนี้มีเงื่อนไขทางด้านเวลา และขอบเขตในการสำรวจที่จำกัด ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาที่ลึกลงไปเข้าไปในความต้องการของการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพที่แท้จริงในทุกมุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้ อาทิ ความต้องการนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัลที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการเชิงสุขภาพที่มีต่อนักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น

4. ด้วยงานวิจัยทางด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเชิงสุขภาพ เป็นงานวิจัยที่มีค่อนข้างน้อยในปัจจุบัน และผู้คนไม่ค่อยคุ้นชินกับคำว่า การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปในกระบวนการก่อนทำแบบสอบถามผู้วิจัยควรมีการอธิบายถึงบริบทเบื้องต้นให้กับผู้ตอบแบบสอบถามได้ เข้าใจในความหมายของงานวิจัยที่แท้จริงก่อน เพื่อลดความผิดพลาดต่อผลที่ได้มา

เอกสารอ้างอิง

- ณารัตน์ วาระกิจ, ชัยนันต์ ไชยเสน, พุทธร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตเพื่อยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางนานาชาติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 15(2), 35-57.
- ณัฐวรรดี คณิตินสุทธิทอง. (2561). ความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 29 เมษายน 2563, จาก https://www.researchgate.net/publication/328305452_khwamtxngkarkhxngtldlaeasakyphaphnikarrxnggrabkarthxngtheiywcheingsukhphaphkhxngprathesthiy
- ทรงสิน อีระกุลพิศุทธิ์. (2563). *แนวทางการยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกว.).
- บริษัท แบงคอกเทรนนิง อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด. (2561). *โครงการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (7 รูปแบบกิจกรรมไมซ์)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- พิรญาณ์ รัตน์น่วม. (2556). *ระดับความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักส่งเสริมและการศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์* (สำนักส่งเสริมและการศึกษาต่อเนื่องมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- ภักดี กลั่นภักดี. (2561). ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 37(3), 97-110.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง. (2562). *โครงการศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index)*. ค้นเมื่อ 29 เมษายน 2563, จาก <https://elibrary.tceb.or.th/getattachment/3ada7693-0bd7-4543-89e7-95c07741c0dc/5753.aspx>
- ยุรพร ศุภรัตน์ และคณะ (2559). *การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สมชาย วรภิเษมสกุล. (2557). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.udru.ac.th/index.php/elearning-king-84-years-book02.html>
- สิริวิภา จิรวัดน์อนันต์. (2553). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการโรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*, (ปริญญาศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2562). *Thailand MICE City Profiles: Songkhla*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2562ก). *ไอดีสร้างสรรค์เส้นทางสายไมซ์ 2019*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).

- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2563). *Incentive Travels* 101. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560) , *รายงานประจำปี 2560 ขับเคลื่อนแผนฯ สู่เป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี* , กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- อรทัย จันทโร, สุณีย์ ล่องประเสริฐ และนันทวรรณ ช่างคิด. (2559). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี, *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี* 3(1), 186-206.
- Akkaphin, S. (2016). An Evaluation of the Potential of Thailand as a MICE Industry Hub for the International Convention Industry in Asia, PhD Thesis, Liverpool John Moores University.
- Hamed, H.M. (2015). Wellness Tourism: An Initiative for Comprising Wellness Tourism Vacations within the Corporate Wellness Strategy. *American Journal of Tourism Research*. 4(2), 52-67.
- Han, H., Kiattipoom, K., Jung, H. & Kim, W. (2017). The role of wellness spa tourism performance in building destination loyalty: the case of Thailand. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 35(5), 565-610.
- Kadieva, S. (2015). Contemporary Changes in the Hotel Product for Spa and Wellness Tourism and Their Distribution. *BizInfo Journal*. (6), 1-10.
- Kinnunen, M. & Haahti, A. (2015). Visitor discourses on experiences: reasons for festival success and failure. *International Journal of Event and Festival Management*. 6(3), 251-267.
- Schmidt, H. & MA, (2012). Wellness Incentives, Equity, and the 5 Groups Problem. *American Journal of Public Health*. 1(102), 49-54.
- Songsin, T. (2018) . An Examination of the Influence of Islam on Hospitality and Customer Service Standards in the MICE Industry in Southern Thailand. PhD thesis, Western Sydney University.
- Thirachaya, M., Aree, N. & Tran, T.A. (2014). Guidelines to Development Wellness Tourism in Roi-Kaen-San-Sin Cluster, Thailand. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 23(5), 214-220.
- Zhang, H.Q., Leung, V., & Qu, H. (2007). A refined model of factors affecting convention participation decision-making. *Review of Tourism Management*. 28(4), 1123-1127.