

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
6 เมษายน พ.ศ. 2564



นายสุภกร ปิ่นทอง
ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ชรินทร์ อยู่เพชร,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

สุทธาวรรณ ชาติ,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย” เสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี เพราะการสนับสนุนของ รองศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ อยู่เพชร อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ให้ความช่วยเหลือ และคำแนะนำตลอดขั้นตอนการวิจัยสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ ตั้งแต่การสร้างพื้นฐานในการวิจัย จนเริ่มกำหนดหัวข้อการวิจัยที่ผู้วิจัยสนใจ การค้นคว้าข้อมูลด้วยการทบทวนวรรณกรรม การวางแผนการวิจัยที่ถูกต้อง การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เหมาะสมกับการวิจัย เก็บข้อมูลที่มีคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ การสรุปผลการศึกษาที่ตรงประเด็น ไปจนถึงการปรับปรุงแก้ไขรูปแบบการนำเสนอผลการวิจัย ให้สารนิพนธ์ชิ้นนี้เป็นงานที่สามารถสร้างคุณค่าแก่สังคมได้ไม่มากนักน้อย และ ดร. บุญยิ่ง คงอาชาภัทร ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ และ ดร. สุทธาวรรณ ชาติได้ กรรมการสอบสารนิพนธ์ ผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสารนิพนธ์ ในการสอบสารนิพนธ์ เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยได้อย่างถูกต้องรอบด้าน ซึ่งทางผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ทั้งสามท่านเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่าน อันประกอบด้วยผู้ฝึกโยคะ ผู้สอนโยคะ ตัวแทนจากโรงเรียนสอนโยคะ แหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะ หน่วยงานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ในประเทศไทยทั้งภาครัฐบาล และเอกชน ที่สละเวลาอันมีค่าในการให้สัมภาษณ์ แลกเปลี่ยนความคิด และข้อมูลที่มีประโยชน์ ช่วยขยายขอบเขตความคิดของผู้วิจัยให้กว้างขึ้น ได้ข้อมูลที่มีค่าสามารถตอบโจทย์การศึกษาได้เป็นอย่างดี รวมถึงครอบครัว และเพื่อนๆ สาขาการจัดการและกลยุทธ์ รุ่น 22B ที่คอยให้การสนับสนุน ร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูล ให้คำปรึกษา และช่วยเหลือตลอดการทำวิจัย

สุดท้าย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาจากสารนิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย” นี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีความสนใจ หรือต้องการใช้งานวิจัยนี้เป็นข้อมูลสำหรับงานวิจัยในอนาคต ที่จะช่วยให้ผู้อ่านเห็นมุมมองการศึกษาในด้านอื่นๆต่อไป หากสารนิพนธ์ชิ้นนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยกราบขออภัยมา ณ ที่นี้

ศุภกร ปิ่นทอง

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

DESTINATION DEVELOPMENT OF YOGA TOURISM IN THAILAND

ศุภกร ปิ่นทอง 6250283

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ชนินทร์ อยู่เพชร, Ph.D., บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., สุทธาวรรณ ชาติ, Ph.D.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะที่ได้รับความนิยมจากผู้ฝึกโยคะทั่วโลก คือ เมืองจาเมกา ประเทศอินเดีย สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศจำนวนมาก เป็นผลมาจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและหลากหลาย การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยให้เป็นตัวเลือกของผู้ฝึกโยคะ จึงสามารถทำควบคู่กับการท่องเที่ยวในปัจจุบันของประเทศไทยได้ โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงผลัก และแรงดึง ที่มีความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะของนักท่องเที่ยวโยคะ โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง ในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อายุมากกว่า 20 ปี จำนวน 3 กลุ่มประกอบด้วย กลุ่มผู้ฝึกโยคะ กลุ่มผู้สอนโยคะ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น 33 คน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยพบหลายปัจจัยที่มีความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยสามารถจัดกลุ่มปัจจัยเป็นแก่นสาระได้ทั้งหมด 6 เรื่อง ประกอบด้วย 1. การพัฒนาศักยภาพเกี่ยวกับโยคะทุกด้านของผู้ฝึกโยคะให้พัฒนาสูงขึ้น ด้วยผู้สอนโยคะ และรูปแบบการสอนที่เหมาะสมกับความต้องการ 2. การสร้างสุขภาพแบบองค์รวม ครบทุกมิติ ทั้งด้านกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ 3. รูปแบบของจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูด 4. การให้ความรู้เกี่ยวกับโยคะกับผู้ฝึกโยคะ และคนในประเทศ 5. การเพิ่มความแรงดึงของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ด้วยการใช้กิจกรรมสร้างแรงดึงดูดอื่นเข้ามาช่วยสนับสนุน และ 6. ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

โดยแก่นสาระทั้ง 6 เรื่อง เป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงแรงผลัก และแรงดึงในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโยคะตามทฤษฎี นอกจากนี้ทางผู้วิจัยยังพบปัจจัยส่งเสริมอื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะโดยตรง ไม่ได้มีความสำคัญ โดยเข้ามาสนับสนุนทั้งด้านของแรงผลักและแรงดึง นำไปสู่วางแผนเชิงกลยุทธ์ให้มีความสอดคล้องกับปัจจัยที่ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ เพื่อพัฒนาไปให้การท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยมีความแข็งแรง และพร้อมจะเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในอนาคตได้อย่างแน่นอน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว/ การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ/ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/ การท่องเที่ยวเชิงโยคะ/ โยคะ/ การจัดการจุดหมายปลายทาง/ การฝึกโยคะ/

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามของการวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	7
2.1.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	8
2.2.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	8
2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	11
2.3.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นจากแรงผลักและแรงดึง	12
2.4.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับแรงผลักและแรงดึง	12
2.4.1.1 แรงผลัก	12
2.4.1.2 แรงดึง	13
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ	14
2.5.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ	14
2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ	18
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับองค์การบริหารแหล่งท่องเที่ยว	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.6.1	19
2.6.2	21
2.6.3	22
บทที่ 3	24
ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1	24
3.1.1	24
3.1.2	25
3.2	25
3.2.1	25
3.2.2	25
3.3	26
3.4	26
3.5	27
บทที่ 4	28
ผลการศึกษาวิจัย	
4.1	28
4.2	30
4.3	31
4.4	31
แก่นสาระที่ 1	31
1.1	31
1.2	33
1.3	34
1.4	36
แก่นสาระที่ 2	37
2.1	37
2.2	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 สุขภาวะที่ดีทางสังคม	40
แก่นสาระที่ 3 รูปแบบของจุดหมายปลายทาง	41
3.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	41
3.2 ความพร้อมของจุดหมายปลายทาง	43
3.3 ความเป็นส่วนตัว	45
3.4 การเข้าถึง	46
แก่นสาระที่ 4 การให้ความรู้เกี่ยวกับโยคะ	47
แก่นสาระที่ 5 การเพิ่มความแรงดึงของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ	48
5.1 กิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพ	49
5.2 ภูมิปัญญาไทย	50
5.3 อาหารไทย	51
5.4 วัฒนธรรมและการใช้ชีวิตของคนไทย	52
แก่นสาระที่ 6 ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน	52
6.1 การช่วยเหลือจากภาครัฐ	53
6.2 การรวมกลุ่มกันของภาคเอกชน	58
6.3 ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน	59
4.5 แผนภาพแนวคิด	60
บทที่ 5 อภิปรายผลการวิจัย	61
5.1 ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยด้านแรงผลักดันจากตัวของนักท่องเที่ยว	62
5.2 ปัจจัยภายนอก หรือปัจจัยด้านแรงดึงจากจุดหมายปลายทาง	65
5.3 ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย	68
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	73
6.1 สรุปผลการวิจัย	73
6.2 ข้อเสนอแนะ	75

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์	75
6.2.2 ข้อจำกัดงานวิจัย	77
6.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	77
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	83
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	83
ภาคผนวก ข เอกสารอนุมัติโครงการวิจัย	86
ประวัติผู้วิจัย	87



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มผู้ฝึกโยคะ	29
4.2	รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มสอนโยคะ	29
4.3	รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	30



สารบัญรูปรภาพ

รูปรภาพ	หน้า	
1.1	บทรภาพและหน้าทึขององคักรบริหารจัดการการทอ่งเท็ยว	3
2.1	การแบ่งกลุ่มของการทอ่งเท็ยวเซ็งสุขภาพ	9
2.2	แผนภาพความต้อ่งการของมนุษย์คัานสุขภาพ	10
2.3	กรออบแนวคึดตามทฤษฎึการกระตุ้นจากแรงผลัักและแรงคึง	14
2.4	องคั 8 ของโยคะ	16
2.5	แผนภาพแนวคึด PPP ในอุตสาหกรรมทอ่งเท็ยวระดับภูมิภาก	21
4.1	แผนภาพแนวคึดจากงานวึจย	60



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันแหล่งฝึกโยคะที่ได้รับความนิยมจากผู้ฝึกโยคะทั่วโลกอย่างแพร่หลายคือ เมืองฤๅษีเกศ (Rishikesh) ประเทศอินเดีย จนก่อให้เกิดทัวร์โยคะสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้เน้นการฟื้นฟูจิตวิญญาณด้วยการฝึกโยคะจากทั่วโลก ไม่เว้นแต่ผู้ฝึกโยคะชาวไทยก็เดินทางไปฝึกโยคะที่เมืองนี้เป็นจำนวนมากเช่นกัน ถึงแม้ว่าอินเดียจะอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาและมีดัชนีค่าครองชีพต่ำกว่าบางจังหวัดในประเทศไทย เช่น กรุงเทพมหานคร หรือเชียงใหม่ (Scholarship.in.th, 2562) แต่ด้วยระยะเวลาการฝึกตลอดหลักสูตรค่อนข้างนานตั้งแต่ 5 วันจนถึง 8 สัปดาห์ ทำให้ค่าใช้จ่ายทั้งค่าหลักสูตร หรือที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนอกประเทศอินเดีย อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ปัจจุบันรัฐบาลอินเดียหันมาผลักดันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตนอย่างจริงจัง ตั้งแต่ปี 2543 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับโลก ทำให้ในปี 2562 ประเทศอินเดียได้รับการจัดอันดับ The Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) ซึ่งจัดทำโดย World Economic Forum (WEF) ในลำดับที่ 34 ในขณะที่ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 31 จาก 136 ประเทศทั่วโลก (The Travel Tourism Competitiveness 2019, 2019) จากเดิมลำดับ 52 ในปี 2558 (Thailand-India Business Information Center, 2560) โดยรัฐบาลอินเดียได้ผ่อนคลายกฎระเบียบเกี่ยวกับวีซ่าของนักท่องเที่ยวในประเทศอินเดีย ซึ่งจากเดิมสามารถเข้าออกประเทศอินเดียได้เพียง 1 ครั้ง (Single Entry) นาน 30 วัน เป็นเข้าออกได้ 2 ครั้ง (Double Entry) แต่ละครึ่งนาน 60 วัน และมากถึง 3 ครั้ง (Triple Entry) ในประเภทการรักษาพยาบาล หากเป็นการรักษาพยาบาลแบบเร่งด่วนก็สามารถทำได้ทันทีภายใน 48 ชั่วโมง ด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพซึ่งเป็นอุตสาหกรรมของอินเดียจึงถูกผลักดันไปพร้อมกัน ไม่ว่าจะเป็นการแพทย์แผนโบราณอายุรเวช การแพทย์แผนปัจจุบันที่ทันสมัย มีคุณภาพ และราคาถูกลง รวมไปถึงการฝึกโยคะ โดยอาศัยจุดเด่นของการเป็นดินแดนแห่งโยคะ ด้วยการประชาสัมพันธ์อาศรมโยคะ และพัฒนาแผนการตรวจประเมินศักยภาพของผู้สอนโยคะให้มีประสิทธิภาพ ได้รับความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในระดับสากล พร้อมให้บริการทั้งในส่วนการเล่นโยคะบำบัด หรืออบรมพัฒนาครูโยคะตั้งแต่ 200 – 500 ชั่วโมง สนองเข้ากับการจัดทำความร่วมมือระหว่างอินเดียและสาย

การบินนานาชาติ เช่น Etihad และ Jet Airways ในการเปิดเส้นทางบินไปสู่เมืองรองภายในประเทศ ก็เพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางนั่นเอง

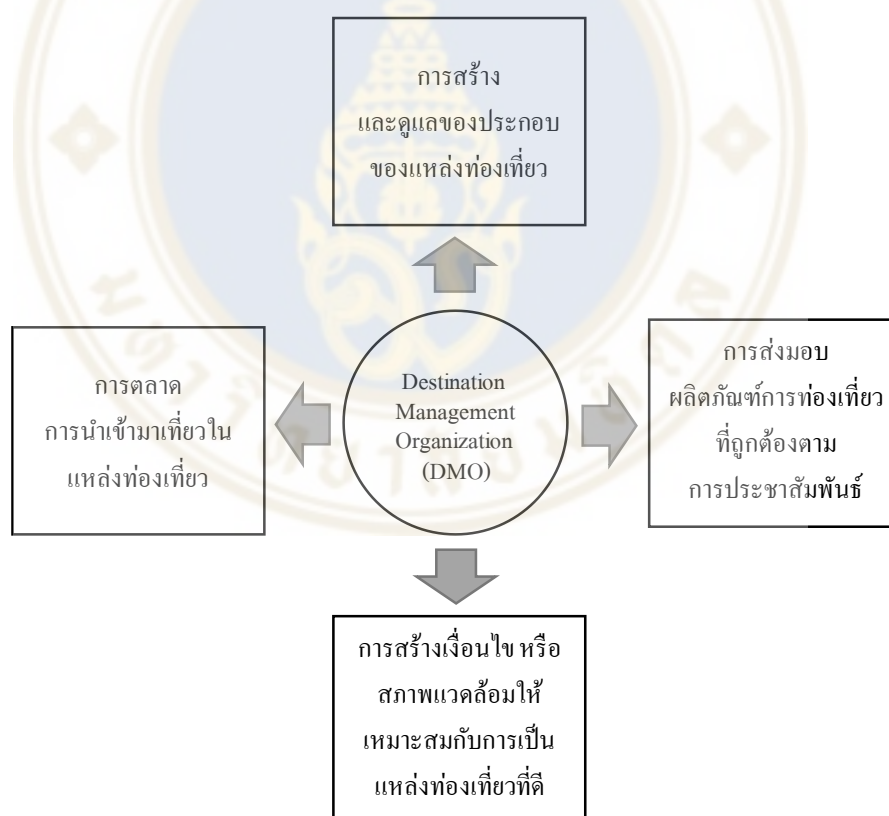
ในประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยว รายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) ยังเป็นกลุ่ม อุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก พบว่าในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยว เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยกว่า 39.8 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562 อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.), 2563) คิดเป็นรายได้จาก การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากถึง 600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Thailand Medical Tourism Overview, 2563 อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.), 2563) หรือ ประมาณ 18,678 ล้านบาท จากโรงพยาบาลมาตรฐานรับรองสุขภาพระดับโลกกว่า 60 แห่ง (Global Healthcare Accreditation, 2563 อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาค ตะวันออก (สกพอ.), 2563) อาจเนื่องมาจากอุตสาหกรรมนี้เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมนำร่อง โดยการ ส่งเสริมการลงทุนจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (The Board of Investment of Thailand หรือ BOI) (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.), 2563)

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยก็เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น THANN Wellness Destination อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, Chiva-Som International Health Resort อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หรือ The Dheva Spa and Wellness Centre ที่ The Dhara Dhevi อำเภอท่าศาลา จังหวัดเชียงใหม่ บางแห่งก็ได้รับรางวัลระดับโลกอันดี เช่น The Sanctuary Thailand Spa Resort ที่เกาะพะงัน จังหวัดจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ได้รับรางวัล หนึ่งในโยคะบำบัดที่ดีที่สุด หรือ Kamalaya Resort บนเกาะสมุย ที่สามารถจัดไปแกรมการเรียนรู้ โยคะและโยคะบำบัดส่วนบุคคล จนได้รับรางวัล World Wide Health & Wellness Destination of the Year ประจำปี 2018 (Traveller's Companion เพื่อนเดินทาง, 2018) เพราะรีสอร์ทเหล่านี้จะมุ่งเน้น การให้บริการนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวแบบครบวงจร นอกเหนือจาก ห้องพักที่สะดวกสบาย สงบ ท่ามกลางธรรมชาติ และทัศนียภาพที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยวใน ประเทศไทย ยังมีบริการอื่น ๆ เช่น สปา ชั่วโมงเรียนโยคะ และนั่งสมาธิ เป็นต้น นอกจากนี้บาง แหล่งท่องเที่ยวจัดเป็นสถานที่ฝึกโยคะแบบครบครัน เช่นเกาะพะงัน หรือจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

ประเทศไทยนับเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับเกียรติให้จัดกิจกรรมเกี่ยวกับโยคะมากมาย เช่น วันโยคะสากล ครั้งที่ 5 ประจำปี 2562 ที่สถานทูตอินเดียประจำประเทศไทย ร่วมมือกับ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดกิจกรรมการฝึกโยคะที่บริเวณลานหน้าพระบรมรูป 2 รัชกาล, งาน Hua

Hin Yoga Festival 2019 (สยามรัฐ, 2562) ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หรือ Pai Yoga Festival ครั้งที่ 3 ที่จัดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน (เชียงใหม่นิวส์, 2563) ที่จัดขึ้นท่ามกลางบรรยากาศที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่ถูกจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและนานาชาติ ทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในระดับสากล จากการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมจากผู้ฝึกโยคะจากทั่วโลก

ในประเทศไทยไทยมีองค์กรที่จะคอยช่วยประสานงาน วางแผนและกลยุทธ์ให้กับภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ให้เข้าใจร่วมกัน แล้วเกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างสูงสุด โดยหน่วยงานนั้นเรียกว่า องค์กรบริหารจัดการการท่องเที่ยว (Destination Management Organization หรือ DMO) เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และทุกภูมิภาคของประเทศไทย รูปที่ 1.1 แสดง หน้าที่ บทบาท และความรับผิดชอบขององค์กรบริหารจัดการการท่องเที่ยว (พรพล น้อยธรรมราช, 2562)



ภาพที่ 1.1 บทบาทและหน้าที่ขององค์กรบริหารจัดการการท่องเที่ยว

จากเหตุผลที่กล่าวมา การพยายามผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นแหล่งฝึกโยคะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เน้นการส่งเสริมสุขภาพของตนด้วยการฝึกโยคะระหว่างการ

ท่องเที่ยวของคนจึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย เพราะประเทศไทยมีด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย ดังนั้นการจัดการจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ย่อมส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยก้าวเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอันดับต้น ๆ ได้อย่างแน่นอน

1.2 คำถามของการวิจัย

อะไรเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยภายในจากตัวของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะ (Push Motivation) ที่มีความสัมพันธ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกจากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงโยคะ (Pull Motivation) แหล่งท่องเที่ยว ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่มีความสัมพันธ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

1.3.3 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง สำหรับการวางกลยุทธ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็น การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อหาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลักดันแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะ เก็บข้อมูล จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Guide) จากประชากรอายุมากกว่า 20 ปี ซึ่งแบ่งเป็นสาม 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ฝึกโยคะ กลุ่มผู้สอนโยคะ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น เช่น หน่วยงานรัฐบาล หน่วยงานเอกชน หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 30 ตัวอย่าง ประกอบกับการวิจัยเชิงเอกสารจากเอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ระยะเวลาการศึกษา: ตุลาคม 2563 - พฤษภาคม 2564

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพิ่มโอกาสในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยมากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น จากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว กระจายรายได้ไปสู่ชุมชนใกล้เคียงกับพื้นที่ท่องเที่ยว ประชาชนมีรายได้ เพิ่มรายรับให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product หรือ GDP) ขยายตัวสูงขึ้น เศรษฐกิจไทยก็จะดีขึ้นตามไปด้วย

1.5.2 นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยสามารถลดค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะสามารถเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ทดแทนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในต่างประเทศที่ได้รับความนิยมสูงได้

1.5.3 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ทั้งสตูดิโอโยคะ โรงเรียนโยคะ โรงแรมและรีสอร์ทผู้ให้บริการส่งเสริมสุขภาพแบบครบวงจรในประเทศไทย สามารถออกแบบ พัฒนา และจัดการบริการสถานที่ของตนให้เป็นจุดหมายปลายทางที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.5.4 จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะยาวเพิ่มสูงขึ้น เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

1.5.5 คนไทยเกิดความตระหนักในสุขภาพแบบองค์รวม มีทางเลือกในด้านของการดูแลสุขภาพของตนเองทั้งทางกาย ทางใจ ทางสังคม และจิตวิญญาณมากขึ้น มีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง ลดภาระงานด้านสาธารณสุขของประเทศ

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย ทางผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์สำคัญที่ใช้ในงานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ จากการอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ โดยลำดับการนำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Travel)

2.1.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism)

2.2.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism)

2.3.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นจากแรงผลักและแรงดึง (Push-Pull Motivation)

2.4.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับแรงผลักและแรงดึง

2.4.1.1 แรงผลัก (Push Motive)

2.4.1.2 แรงดึง (Pull Motive)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ (Yoga Tourism)

2.5.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับองค์การบริหารแหล่งท่องเที่ยว

(Destination Management Organization, DMO)

2.6.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับองค์การบริหารแหล่งท่องเที่ยว

2.6.2 นิยามศัพท์เกี่ยวกับความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

2.6.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการจุดหมายปลายทาง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Travel)

2.1.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Travel) ถูกนิยามว่า ผู้ที่เคลื่อนย้ายไปยังอีกสถานที่ที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ต่างจากเดิม ด้วยวัตถุประสงค์หรือระยะเวลาสั้นเท่าใดก็ได้ หากเป็นการเคลื่อนย้ายของประชากรที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศสู่ในประเทศ เรียก การท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic Travel) หากประชากรเคลื่อนย้ายไปสู่ต่างประเทศเรียก การท่องเที่ยวขาออก (Outbound Travel) ส่วนประชากรที่ไม่ได้มีถิ่นที่อยู่ในประเทศเคลื่อนย้ายสู่ในประเทศจะเรียกว่า การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Travel)

นักท่องเที่ยว (Tourist) มีนิยาม ผู้มาเยือน โดยพำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือนเป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง แบ่งออกตามข้อมูลของ World Tourism Organization (WTO) ได้เป็น (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดชัยนาท, 2561)

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) คือ ชาวต่างประเทศที่เคลื่อนย้ายเข้าสู่ประเทศอื่นตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ถึง 90 วัน รวมถึงการกลับเข้ามาในประเทศเป็นครั้ง 2 นานกว่า 24 ชั่วโมง โดยนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศต้องด้วยวัตถุประสงค์สำหรับการเดินทาง ตามข้อใดข้อหนึ่ง คือ

- เพื่อท่องเที่ยว พบคนรู้จัก เช่น ญาติ หรือเพื่อน พักผ่อน การศาสนา การกีฬา สัมมนา หรือการทูต
- ติดต่อธุรกิจ และค้าขาย
- การเดินทางเข้ามาพร้อมกับพาหนะขนส่งแล้วเข้ามาค้างคืน เช่น เรือขนส่งสินค้า

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) หมายถึง ประชากรของประเทศที่พำนักอยู่ที่หนึ่งแต่ย้ายไปสู่อีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้แบ่งได้เป็น นักท่องเที่ยวประเภทค้างแรม และนักท่องเที่ยวประเภทเช้าไป-เย็นกลับ

ผู้มาเยือน (Visitor) ถูกนิยามว่า ผู้เดินทางที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางหลักที่แตกต่างจากเดิมในระยเวลาน้อยกว่า 1 วัน ไม่ว่าจะเนื่องด้วยจุดมุ่งหมายใดก็ตาม นอกเหนือจากการจ้างงานโดยประชากรของจุดหมายปลายทางนั้น

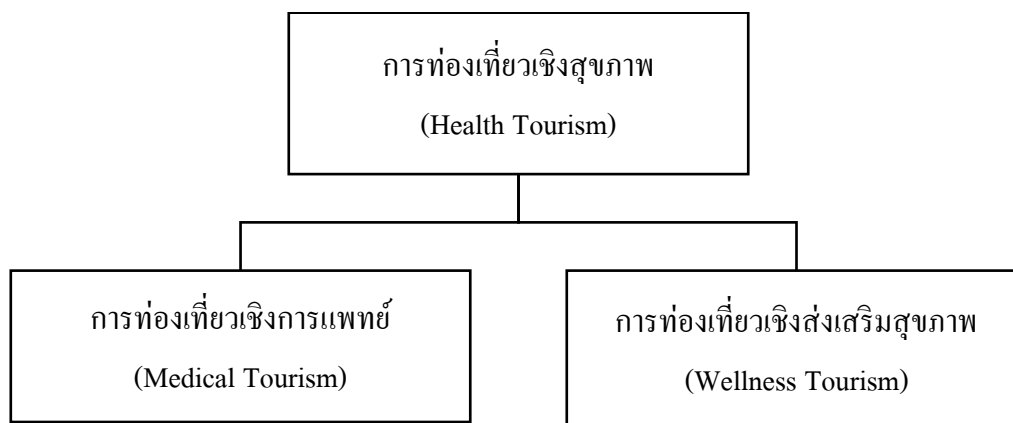
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism)

2.2.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) (กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2561) เป็นการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เช่น เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (นฤมล รัตนไพจิตร, ราตรี เขียวรอด และตรีวัฒน์ เนื่องอุทัย, 2561) เป็นการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม หลังจากการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาสุขภาพ เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล ฟิสิกส์ การนวด หรือการออกกำลังกาย เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (จินณพัช ปทุมพร, 2560) ตามกิจกรรมเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นนิยามการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีจุดหมายหมาย เพื่อเข้ารับการรักษาโรค ภาวะ ความผิดปกติ รวมถึงการศัลยกรรมเพื่อความงาม เพื่อเสาะหาบริการทางการแพทย์ในราคาถูก และ/หรือ มีประสิทธิภาพทางการรักษาที่ดีกว่าถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourist) มักมีอาการป่วย หรือมีจุดประสงค์เกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงาม หรือช่องปาก บางแหล่งข้อมูล (นฤมล รัตนไพจิตร และคณะ, 2561) ใช้คำว่า “Health Healing Tourism” ที่ตารางการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของตารางการเข้าบำบัด ฟันฟู หรือรักษารายกายในโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาลอื่น ดังนั้นการจัดตารางการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานให้สอดคล้องกับกิจกรรมทางสุขภาพของนักท่องเที่ยวแต่ละรายโดยอาศัยหลักวิชาการจึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย

2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นนิยามการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อคงสภาพ หรือพัฒนาสุขภาพและสุขภาพของตนเองให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังรวมถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางหากิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัวตามสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งไม่มีในถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ โดยนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourist) มักมองหาการส่งเสริม พัฒนา ฟันฟู หรือป้องกันสุขภาพ เพื่อพัฒนาคุณภาพการดำเนินชีวิตของตนเป็นหลัก บางงานวิจัย (นฤมล รัตนไพจิตร และคณะ, 2561) ใช้คำว่า “Health Promoting Tourism” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลีกจากกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพไม่ว่าภายในหรือภายนอกที่พักก็ตาม การจัดการจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้



ภาพที่ 2.1 การแบ่งกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(The Global Span Summit (GSS) อ้างใน จินณพัช ปทุมพร, 2560)

2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Jim Adam และ N. Stuart (2007) ได้นำเสนอแนวคิดเพื่ออธิบายความต้องการของมนุษย์ด้านสุขภาพ (Hierarchy of Healthcare Need) เพื่อช่วยในการพัฒนาโปรแกรมหรือกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพอย่างยั่งยืน โดยแนวคิดนี้แบ่งความต้องการของมนุษย์เกี่ยวกับสุขภาพเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย

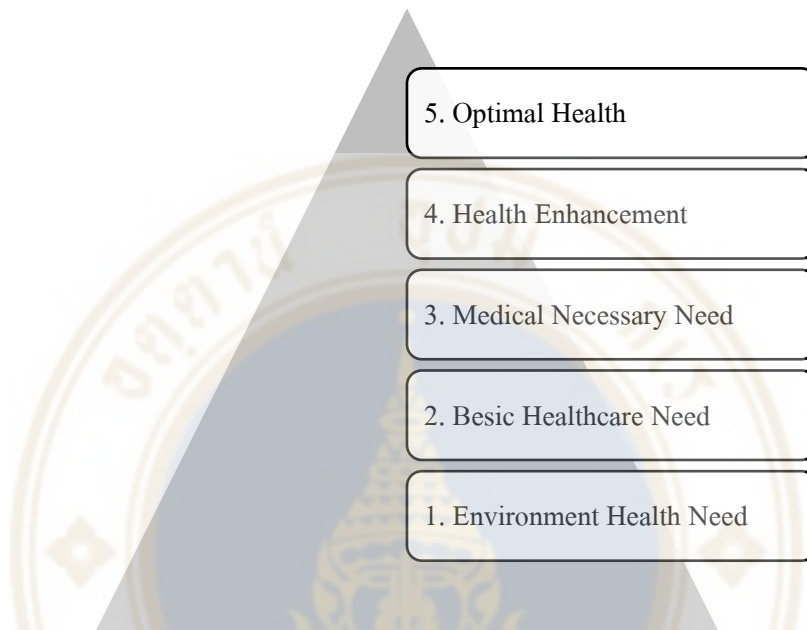
1. **ความต้องการอนามัยสิ่งแวดล้อม (Environment Health Need)** คือความต้องการสิ่งที่ส่งเสริมสุขภาพขั้นพื้นฐานสำหรับการใช้ชีวิต เช่น อากาศและน้ำสะอาดมีอนามัย อาหารที่เพียงพอเหมาะสม

2. **ความต้องการด้านสาธารณสุขขั้นพื้นฐาน (Basic Healthcare Need)** เป็นความต้องการการบริการทางการแพทย์ขั้นพื้นฐาน เช่น การให้วัคซีน การตรวจคัดกรองเพื่อป้องกันโรครวมถึงการลดหรือจัดการเสียชีวิตก่อนวันอย่างต่อเนื่อง

3. **ความต้องการการบริการทางการแพทย์ที่จำเป็น (Medically Necessary Needs)** เป็นความต้องการทางการแพทย์เพื่อสนับสนุนการรักษาโรครทั้งในภาวะฉับพลัน (Acute) เป็นรอบ (Episodic) หรือเรื้อรัง (Chronic) เข้าถึงได้ง่าย ในราคาที่สมเหตุสมผล

4. **ความต้องการยกระดับสุขภาพ (Health Enhancements)** ถือเป็นความต้องการที่เหนือกว่าการแพทย์ที่จำเป็น แต่ความต้องการในระดับนี้คือการยกระดับสุขภาพโดยรวม และชีวิตที่มีคุณภาพ เช่น การใช้ยาที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิต หรือการผ่าตัดนอกเหนือจากโรคที่คุกคามชีวิตของตน แต่การรักษาในระดับนี้มุ่งหมายเพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง เช่น การผ่าตัดข้อเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเคลื่อนไหวร่างกายตามระดับความต้องการเฉพาะตัวในแต่ละบุคคล

5. ความต้องการสุขภาพที่เหมาะสมที่สุด (Optimal Health) เป็นความต้องการด้านสุขภาพที่สูงสุดของมนุษย์ เน้นความเข้าใจแบบองค์รวมทั้งร่างกายและจิตใจของแต่ละบุคคล ไม่เพียงแต่ความห่างไกลจากโรคภัยไข้เจ็บ ความต้องการในระดับนี้ เช่น การทดสอบด้านพันธุกรรม (Genetic Testing) บรรเทาความเสี่ยงของความคิดผิดปกติจากพันธุกรรมของคนที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต รวมถึงการวางแผนการส่งเสริมสุขภาพเฉพาะบุคคล หรือการกีฬาเพื่อรักษาโรคอีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 2.2 แผนภาพความต้องการของมนุษย์ด้านสุขภาพ (Hierarchy of Healthcare Need) ของ Jim Adam (Healthcare Quarterly Vol. 10, 2007)

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization หรือ WHO) ได้นิยามคำว่า **สุขภาพ (Health)** ในปี 1946 ไว้ว่าเป็นสภาวะที่มีความสมบูรณ์ ประกอบด้วย สุขภาพทางกาย (Physical Health) สุขภาพทางจิต (Mental Health) และสภาวะที่ดีทางสังคม (Social well-being) ไม่ใช่แค่เพียงการปราศจากโรค (Disease) หรือความอ่อนแอ (Infirmary) อาจสรุปได้ว่าสุขภาพตามความหมายของ WHO คือการมีสุขภาพกายและใจที่ดี ไม่มีโรค และสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างราบรื่น และมีความสุข

ในพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม มีการระบุมิติของสุขภาพมากกว่านิยามขององค์การอนามัยโลก 1 มิติ ในมาตรา 3 ได้ให้นิยามของคำว่า “สุขภาพ” ว่าหมายถึง “ภาวะของมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต ทางปัญญา และทางสังคม เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุล” ซึ่ง “ปัญญา” เป็นมิติที่เพิ่มเติมเข้ามา ตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ หมายถึง ความรู้ทั่ว รู้เท่าทัน และความเข้าใจอย่างแยกได้ในเหตุผล แห่งความดี ความชั่ว ความมีประโยชน์

และความมีโทษ ซึ่งนำไปสู่ความมีจิตอันดีงาม และเอื้อเพื่อแผ่แผ่” ซึ่งเกี่ยวกับความหมายของคำว่า สุขภาวะทางจิตวิญญาณ (Spiritual Well-being) ที่ปรากฏในงานวิจัยของ วรวรรณ จันทวีเมือง และ ทรงฤทธิ์ ทองมีขวัญ (2559)

โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะขอให้คำนิยามของ การมีสุขภาพดีทางกาย (Physical Health) สุขภาพดีทางจิตใจ (Mental Health) สุขภาวะที่ดีทางจิตวิญญาณ (Spiritual Well-being) และสุขภาวะที่ดีทางสังคม (Social Well-being) ว่า สุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism)

2.3.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ถูกนิยามในหลายมิติ บางงานวิจัย (วรินทรา ศิริสุทธิกุล กล่าวถึงใน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณารัตนา วีระกิจ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัยนันต์ ไชยเสน, ดร.พุทธพร อักษรไพโรจน์ และ ศศิธร สนเปี่ยมม 2562) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ร่วมกับการเข้ารับบริการทางการแพทย์เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม ทั้งด้านทันตกรรม ศัลยกรรม รวมถึงแพทย์แผนไทย โดยรวมไปถึงกิจกรรมที่ช่วยฟื้นฟูและบำบัดร่างกาย เช่น สปา และการนวด เป็นต้น ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยบางงาน (จินณพัช ปทุมพร, 2560) ที่ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพว่าเป็น การท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวร่วมกับการทำกิจกรรมที่ช่วยพัฒนาสุขภาพส่วนบุคคลเท่านั้น หากต้องเข้ารับการรักษาโรค ทันตกรรม ศัลยกรรม หรือความงาม จะถูกจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เช่นเดียวกับ Sheldon และ Bushell (2009 อ้างใน Deesilatham, 2016) ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่ผสมผสานกิจกรรมสำหรับสุขภาพทางกายภาพ ความงาม เพื่ออายุที่ยืนยาว และเพิ่มจิตสำนึกที่มีต่อความตระหนักในจิตวิญญาณ และเชื่อมต่อกับสังคม ธรรมชาติ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือสิ่งลึกลับต่าง ๆ

งานวิจัยบางงานแบ่งการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นหลายมิติ ตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Smith and Puczko, 2009) เป็น 7 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านบำบัดรักษาทางกายภาพ (Physical Healing)
2. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านความงาม (Beauty Treatment)
3. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านการสันทนาการและความบันเทิง (Leisure/Entertainment)

4. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านความสมดุลของการใช้ชีวิตและการทำงาน (Life/Work Balance)
5. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านความผ่อนคลายและการพักผ่อน (Relaxation/Rest)
6. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นกระบวนการทางจิตวิทยา (Psychological)
7. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นจิตวิญญาณ (Spiritual)

การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560) นักท่องเที่ยวอาจเลือกการท่องเที่ยวแบบผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ กับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หรือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) เป็นต้น หรือจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งเน้นเชิงสุขภาพเพียงอย่างเดียวก็ได้

โดยในงานวิจัยฉบับนี้ขอให้นิยามของ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ว่าเป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวนานาชาติ หรือนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมสุขภาพของตนเองผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ทั้งกิจกรรมเกี่ยวกับศาสนา การผ่อนคลาย หรือกีฬา เป็นต้น โดยไม่ครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวเพื่อเข้ารับบริการทางการแพทย์ หรือความงาม

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นจากแรงผลักและแรงดึง (Push-Pull Motivation)

2.4.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับแรงผลักและแรงดึง

2.4.1.1 แรงผลัก (Push Motive)

Iso-Ahola (2008 อ้างใน Yiamjanya and Wongleedee, 2014) นิยามว่า แรงผลัก (Push Factors) สำหรับการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนการเตรียมจิตใจของตนเองสำหรับการทำกิจกรรมของมนุษย์ เพื่อนำไปสู่การอยู่ในระดับอารมณ์ที่เหมาะสมของแต่ละบุคคล กล่าวคือ แรงผลัก เป็นปัจจัยที่อยู่ในตัวของนักท่องเที่ยวที่นำไปสู่การท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง มิงงานวิจัย (ชินนภา นิลสนธิ และสุวารี นามวงศ์, 2561) อธิบายว่าแรงผลักดันสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น มาจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น

- การหลีกหนี (Escape) เป็นการหลีกหนีจากที่อยู่ หรือการดำเนินชีวิตที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปชั่วคราว ได้ทดลองทำกิจกรรมที่แตกต่างไปจากการใช้ชีวิตในรูปแบบปกติ
- การผ่อนคลาย (Relaxation) เป็นการผ่อนคลาย หรือลดความเครียด ทั้งทางกายภาพ จิตใจ และสมอง

- การอยู่เหนือตนเอง (Transcendence) เป็นการทบทวน ควบคุมตนเองให้มีสติในการดำเนินชีวิต เป็นการเดินทางเพื่อหาปรัชญาในการดำเนินชีวิตจากการท่องเที่ยว
- ความสมบูรณ์ทางกายภาพ (Physical Health and Appearance) คือ เพื่อพัฒนาร่างกายให้มีสุขภาพแข็งแรง
- การสนองต่อตนเอง (Indolence) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการภายในของตนเอง โดยไม่เบียดเบียนร่างกาย จิตใจ และสมอง
- ความภูมิใจในตนเอง (Self-Esteem) เป็นการท่องเที่ยวให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง และสร้างสรรค์
- การพบสิ่งใหม่ (Novelty) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปิดโลก พบเจอสิ่งใหม่ ไม่ว่าจะ เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ประสบการณ์ หรือมิตรภาพจากการเดินทางก็ตาม

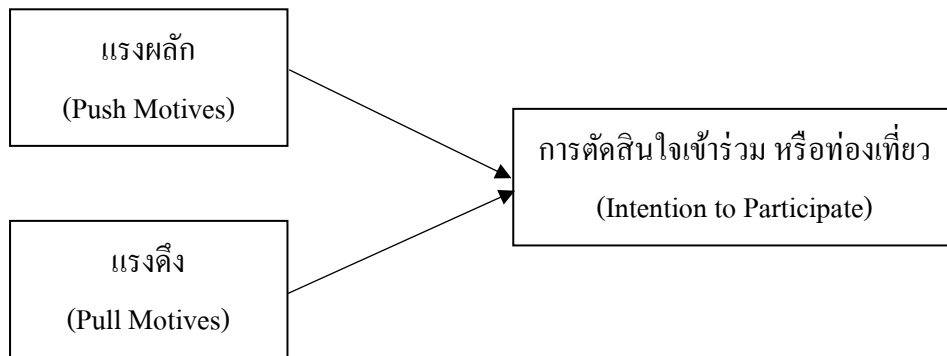
มีการศึกษาแรงผลักดันในนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา (J.M., 2011) พบว่าพวกเขาเลือกที่จะท่องเที่ยวเพราะต้องการการผูกมิตรทางสังคม ทั้งกับเพื่อนและครอบครัว ทั้งยังต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตในปัจจุบัน ต้องการความผ่อนคลาย สัมผัสกับแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ

นิยามของ แรงผลักดัน (Push Motive) ในงานวิจัยครั้งนี้ จะมุ่งเน้นปัจจัยภายใน หรือความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลโดยตรงกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวต่อไป

2.4.1.2 แรงดึง (Pull Motive)

คำนิยาม แรงดึง (Pull Motive) จาก Swarbrooke และ Horner (2005 อ้างใน Yiamjanya and Wongleedee, 2014) กล่าวว่า แรงดึงเป็นส่วนความสำคัญในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว เพราะแรงดึงจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อนตามจุดหมายปลายทางแต่ละแห่ง ดังนั้นการจัดการและพัฒนาจุดหมายปลายทางของนักการตลาดให้สอดคล้องกับแรงผลักดันภายในของนักท่องเที่ยว เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น และมีความสำคัญมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (Plangmarn, 2005 อ้างใน Yiamjanya and Wongleedee, 2014) ในแง่ของความยั่งยืน (Sustainability) เพราะหากแหล่งท่องเที่ยวต้องการให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องจึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

โดยในงานวิจัยฉบับนี้จะขอให้คำนิยามของ แรงดึง (Pull Motives) ว่าเป็นปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับการจัดการและพัฒนาจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) ให้เหมาะสมและตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสุด



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดตามทฤษฎีการกระตุ้นจากแรงผลักดันและแรงดึงดูด (Push-Pull Motivation) (Tsai and Sakulsinlapakorn, 2016)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ (Yoga Tourism)

2.5.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

โยคะ (Yoga) เป็นศาสตร์การฝึกเพื่อประสานให้ร่างกาย (Body) จิตใจ (Mind) และจิตวิญญาณ (Spirit) ให้รวมเป็นหนึ่งเดียวกัน (Union) ซึ่งเป็นความหมายของคำตามภาษาสันสกฤตว่า “โยคะ” ฝึกสมดุลระหว่างพลังร้อนกับพลังเย็นในร่างกายให้เกิดความสมดุล แบ่งเป็น 5 องค์ประกอบ คือ การบริหารร่างกาย การหายใจเพื่อให้พลังชีวิต การทำให้สมาธิเพื่อให้จิตใจสงบ การมีสติอยู่ตลอดเวลา และการผ่อนคลายและการพักผ่อน

โยคะ สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ (สิริพิมล อัญชลีสังคาส, 2562) ตามจุดมุ่งหมายสำหรับการฝึก ประกอบด้วย

1. **กลุ่มญาณโยคะ (Jnana Yoga)** เป็นการฝึกโยคะที่เน้นการฝึกสมาธิ ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านของจิตวิญญาณ เพื่อเป้าหมายด้านปัญญา มีการสอดแทรกปรัชญาทางโยคะ เน้นการรู้จักตัวตนที่แท้จริงของตัวเอง รู้จักค้นคว้าหาคำตอบ ไม่หลงผิด
2. **กลุ่มกรรมะโยคะ (Kamar Yoga)** เป็นการฝึกโยคะที่เน้นการกระทำเป็นหลัก มักเกี่ยวข้องกับการทำงาน รู้จักการทุ่มเทให้กับการทำงานเพื่อเข้าสู่ความหลุดพ้น ไม่หวังผลตอบแทนจากการทำงาน
3. **กลุ่มภักติโยคะ (Bhakti Yoga)** เป็นการฝึกที่ถูกนำทางโดยการใช้ศรัทธา อาจใช้การสวดมนต์ (Mantra) การบวงสรวง เช่น การบูชาพระเจ้า ในประเทศอินเดียภักติ

โยคะเป็นแนวทางที่คนปฏิบัติกันมาในประเทศอินเดีย เห็นได้จากการสวดมนต์ของนักบวชหลายกลุ่ม

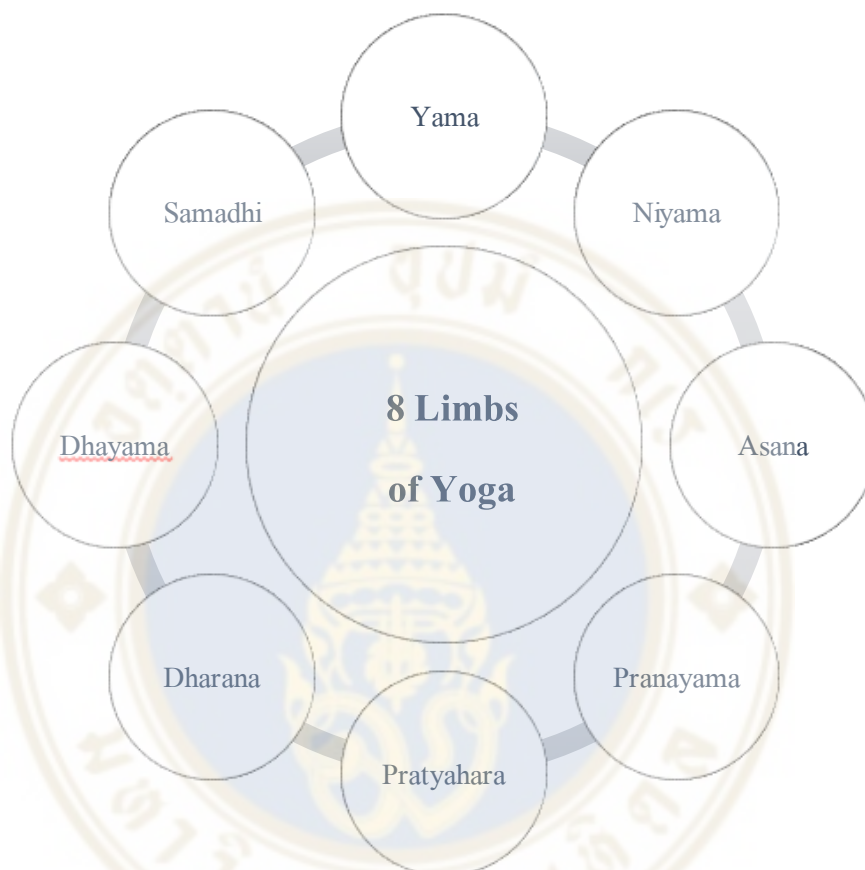
4. **กลุ่มราชาโยคะ (Raja-Yoga)** เป็นกลุ่มของโยคะที่เน้นการฝึกจิตและควบคุมจิตใจให้ร่างกายและจิตใจเกิดความสงบ ก่อให้เกิดสมาธิ ถือหลักปฏิบัติตาม องค์แปดแห่งโยคะ

ปัจจุบันมีการแบ่งโยคะตามรูปแบบการฝึก (ปัทมดา อาจารย์ชะ, 2561) (ชาราพร พรหมอาสา, 2561) ออกเป็นหลายแบบ เช่น

- **หะฐะโยคะ (Hatha Yoga)** เน้นการฝึกอาสนะ และลมปราณ แต่ละอาสนะมีการเคลื่อนไหวที่เชื่อมโยงกัน เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการพัฒนาร่างกายและจิตใจของตนให้แข็งแรง
- **ไอเอนการ์โยคะ (Iyengar Yoga)** เป็นการฝึกโยคะที่เน้นการฝึกอาสนะ ให้ผู้ฝึกอยู่ในอาสนะนั้นอย่างถูกต้อง การฝึกจึงดำเนินไปอย่างช้า ๆ
- **โยคะร้อน (Bikram/ Hot Yoga)** เป็นการฝึกโยคะในสถานที่ที่มีความร้อน เช่น ห้องควบคุมอุณหภูมิ ได้ทั้งความแข็งแรงทางร่างกาย จิตใจ และความสมดุล
- **คุณฑาลินี (Kundalini Yoga)** เป็นโยคะที่เน้นการฝึกปรณายามะ ด้วยการจดจ่อที่ลมหายใจ โยคะประเภทนี้จึงอาจจะต้องนั่งเป็นเวลานาน เหมาะแก่ผู้ที่ต้องการฝึกลมหายใจ และสมาธิ
- **อัษฎางค์โยคะ (Ashtanga Yoga)** เป็นการฝึกโยคะเชิงอาสนะที่มีรูปแบบชัดเจน มีการกระโดด และฝึกการหายใจไปควบคู่กัน อัษฎางค์โยคะเป็นการฝึกโยคะที่ค่อนข้างหนัก สร้างความแข็งแรงให้แก่ผู้ฝึก
- **อนุสราโยคะ (Anusara Yoga)** เน้นการจัดท่าทางที่ถูกต้องเหมือนกับไอเอนการ์โยคะ แต่อนุสราโยคะจะมีความลื่นไหลในการฝึกมากกว่า ทำให้ผู้ฝึกเกิดความสงบจากภายใน ไม่น่าเหนื่อยไป สามารถฝึกแบบกลุ่มได้
- **วินยาสะโยคะ (Vinyasa Yoga)** เป็นการฝึกโยคะที่เน้นการฝึกอาสนะ และการหายใจที่มีความต่อเนื่องติดต่อกันหลายท่า ไม่น่าเหนื่อยเมื่อเทียบอัษฎางค์โยคะ

การท่องเที่ยวเชิงโยคะ (Yoga Tourism) (Holladay, 2014) จึงเป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อฝึกโยคะ ที่เน้นการฝึกโยคะระหว่างการท่องเที่ยว หรือมีวัตถุประสงค์ท่องเที่ยวเพื่อฝึกโยคะได้โดยตรง การท่องเที่ยวเชิงโยคะ (Yoga Tourism) เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ในกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาความมั่นคงแข็งแรงของจิตวิญญาณ คำว่า โยคะ (ชินนภา นิลสนธิ, 2559) มาจากภาษา

สันสกฤตว่า “โยคะ” เป็นศาสตร์ที่ฝึกให้ร่างกาย (Body) จิตใจ (Mind) และจิตวิญญาณ (Spirit) ให้รวมเป็นหนึ่งเดียวกัน หรือ Union โยคะ (ต่อ อวตารกุล, 2557) เป็นเสมือนศิลปะสำหรับการดำเนินชีวิต เพื่อมุ่งหวังให้เข้าใจตนเองอย่างถ่องแท้ ไม่ว่าจะป็นร่างกาย จิตใจ หรืออารมณ์ ส่งผลให้ผู้ฝึกได้ทราบถึงขอบเขตของร่างกายและจิตใจตามธรรมชาติ



ภาพที่ 2.4 องค์ 8 ของโยคะ (8 Limbs of Yoga)

ปรัชญาทางโยคะ (เขาวเรศ สมทรัพย์, เพียว เกษตรสมบูรณ์, สุริย์พร กฤษเจริญ และ กัญจณี พลอินทร์, 2548) กล่าวว่าโยคะคือเครื่องมือพัฒนาสู่ความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจ สังคม และวิญญาณ มีสูตรในการฝึกตนทั้งสิ้น 8 ระดับ คล้ายกับพุทธศาสนา โดยการฝึกนี้เรียกว่า **มรรค 8 แห่งโยคะ (8 Limbs of Yoga)** ที่แต่ละระดับมีความสำคัญเกี่ยวเนื่องกันทั้งหมด (ตามภาพที่ 2.4) ซึ่งนอกจากงานวิจัยของ คุณเขาวเรศ สมทรัพย์ คุณเพียว เกษตรสมบูรณ์ คุณสุริย์พร กฤษเจริญ และคุณกัญจณี พลอินทร์ ส่วนกองการแพทย์ทางเลือก กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข (2551) ได้ให้ความหมายของการฝึกแต่ละระดับไว้ว่า

ระดับที่ 1 ยามะ (Yamas) หรือ External Disciplines เป็นจุดเริ่มต้นของการฝึกโยคะ ที่เน้นร่างกาย จิตใจ อย่างมีจริยธรรม บางแหล่งข้อมูลกล่าวว่า ยามะ คือ ศีล 5 ซึ่ง นามะ ประกอบด้วย

หลัก 5 ข้อ คือ ไม่ใช้ความรุนแรงเพื่อแก้ปัญหา ไม่พูดโกหก ไม่ขโมยของ ไม่ทำผิดในพรหมจรรย์ และไม่ถือของวัตถุต่างๆ มากเกินความจำเป็น

ระดับที่ 2 นิยามะ (Niyama) หรือ Internal Disciplines คือการใช้ชีวิตแบบไม่เบียดเบียนผู้อื่น เสริมสร้างความมีวินัยของตนเอง กล่าวได้ว่า นิยามะ คือ วินัย 5 ข้อ อันประกอบด้วย การชำระทั้งร่างกายและจิตใจให้บริสุทธิ์ ฟังพอใจในสิ่งที่มี รู้จักความอดทน ศึกษาตนเองอย่างสม่ำเสมอ และมีศรัทธาในทุกสิ่ง

โดยระดับที่ 1 ยามะ และ 2 นิยามะ เป็นระดับที่มุ่งเน้นการพัฒนาด้านความคิด และการปฏิบัติตน ให้เป็นไปในทิศทางที่ดี ไม่เบียดเบียนตนเองและเพื่อนมนุษย์ ปฏิบัติต่อเขาด้วยความรัก รักษาสัจย์ ไม่ลักขโมย ควบคุมกาย วาจา ใจ แล้วดำเนินชีวิตด้วยความเรียบง่าย ยินดีกับสิ่งที่มี ใช้ชีวิตอย่างอดทน และพัฒนาจิตใจของตนอย่างต่อเนื่อง

ระดับที่ 3 อาสนะ (Asana) หรือ Posture คือ การดูแลร่างกาย ด้วยการฝึกร่างกายในท่าทางต่างๆ เพื่อเสริมสมรรถภาพของสุขภาพและสมาธิ การฝึกอาสนะนี้ไม่ใช่เพียงแค่การออกกำลังกาย ร่างกายอ่อนคลาย และยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการฝึกในร่างกายในระดับที่สูงขึ้น

ระดับที่ 4 ปราณายามะ (Pranayama) หรือ Breath Control) คือการฝึกลมหายใจ เป็นการฝึกควบคุมลมหายใจ มีสติตลอดการหายใจ ควบคุมลมหายใจ ทั้งลมหายใจเข้า และลมหายใจออก หายใจให้สงบ ลึกขึ้น และช้าลง เพิ่มพลังของร่างกายและจิตใจ

ระดับที่ 5 ปรตยาหาระ (Pratyahara) หรือ Withdrawal of Sense แปลเป็นไทยคือคำว่า การสำรวมอินทรีย์ คือการฝึกควบคุมอารมณ์ของตนเองไม่ให้แปรผันไปกับสิ่งเรภายนอกร่างกาย ด้วยการควบคุมประสาทสัมผัสทั้ง 5 ประกอบด้วย การมองรูปด้วยตา การรับรสด้วยลิ้น การรับกลิ่นด้วยจมูก การรับเสียงหู และการสัมผัสด้วยกาย

ระดับที่ 6 ธารณะ (Dharana) หรือ Concentration คือ การเพ่งมอง เป็นจุดเริ่มต้นของการฝึกจิตที่มักจะไม่นิ่งเป็นธรรมชาติ ธารณะ จึงเป็นการฝึกจิตของตนให้นิ่ง ส่งผลให้จิตของผู้ฝึกทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้การทำงานต่างๆผ่านลุล่วงไปด้วยดี

ระดับที่ 7 ฌยานะ (Dhyana) หรือ Meditative Adsorption เป็นการฝึกจิตที่นิ่งให้มีความสม่ำเสมอ ให้คุณภาพของจิตพัฒนาสู่จุดที่สูงมากขึ้น เพราะความหมายของ ฌาน คือ การพัฒนาจิตให้สามารถจดจ่อกับสิ่งที่กำลังทำเพียงเรื่องเดียวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระดับที่ 8 สมาธิ (Samadhi) หรือ Transconsciousness เป็นจุดสูงสุดของการฝึกโยคะ

โดยในระดับที่ 5 ปรตยาหาระ ระดับที่ 6 ธารณะ ระดับที่ 7 ฌยานะ และ ระดับที่ 8 สมาธิ เป็นระดับที่เน้นการฝึกขั้นสูงเพื่อพัฒนาคุณภาพของจิตและจิตวิญญาณ รวมจิตกลับมาที่ตนเองให้

เกิดความละเอียดของจิต เข้าสู่ภาวะของสมาธิ และปัญญา ทำให้ผู้ฝึกมุ่งสู่จุดสูงสุด จิตที่มีความเป็นหนึ่งเดียว (Union และ Integration) และหลุดพ้น (โมกษะ) ด้วยความเป็นอิสระจากสิ่งผูกมัดทั้งหลาย

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ (Yoga Tourism) ในงานวิจัยฉบับนี้จะเน้นปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะ หรือแรงผลักดัน (Push Motives) ตามทฤษฎีการกระตุ้นจากแรงผลักดันและแรงดึงดูด (Push-Pull Motivation) ที่นำไปสู่การตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ดังนั้นเนื้อหาในส่วนนี้จะกล่าวถึงความต้องการเกี่ยวกับการฝึกโยคะของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือแรงดึงดูด (Pull Motives) ที่เป็นอีกแรงกระตุ้นจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

จากงานวิจัยเรื่องสถานการณ์ ความต้องการ และแนวโน้ม ของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย (คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, สุจิตรา สุคนชทรัพย์ และวิภาวดี ลีมีงสวัสดิ์, 2561) พบว่าการนวดแผนไทยเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด กิจกรรมที่ได้รับความนิยมรองลงมา คือ การฝึกโยคะ ชกมวยไทย และนั่งสมาธิ ตามลำดับ โดยแรงจูงใจหลักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือบรรยากาศและทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย บนความคาดหวังที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะช่วยให้ร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยวผ่อนคลาย ใกล้เคียงธรรมชาติ รวมไปถึงการได้เปิดรับวัฒนธรรมที่มีความแตกต่าง ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่คือการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชื่นนภา นิลสนธิ (ชื่นนภา นิลสนธิ และสุวารี นามวงศ์, 2561) ที่แสดงให้เห็นว่าสถานที่ตั้งที่เงียบสงบ อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมส่งเสริมให้ร่างกายสัมผัสกับธรรมชาติผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 เน้นสมดุลของร่างกาย จิตใจ และสมอง

มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยจีน (Liu, Shi, Zhou และ Dong, 2020) พบว่านักท่องเที่ยวโยคะที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว เพื่อบำบัดร่างกายเชิงกายภาพ (Physiotherapy) ของตนเองมากที่สุด รองลงมาคือการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้สอนโยคะ มุ่งหมายเพื่อจิตวิญญาณและร่างกายเป็นหลัก รวมถึงการเรียนรู้โยคะแบบใหม่ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยรุ่นเชื่อว่าการท่องเที่ยวเชิงโยคะ จะช่วยให้พวกเขาบรรเทาอาการเมื่อยเรื้อรังจากการทำงานหน้าคอมพิวเตอร์อย่างหนักตลอด

วัน แต่กลุ่มตัวอย่างอายุ 41 - 45 ปี เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะเพื่อพัฒนาตนเอง (Self-improvement) ในขณะที่วัยกลางคนเน้นความสะดวกสบายมากที่สุด

มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันของ (Aggarwal, Guglani and Goel, 2008) ที่ศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางไปยังเมืองฤๅษีเกศ (Rishikesh) ประเทศอินเดียเพื่อฝึกโยคะ พบว่าระหว่างการท่องเที่ยวเชิงโยคะ พวกเขารู้สึกถึงความสงบและพึงพอใจในจิตวิญญาณของตนเองเป็นอย่างมาก

สำหรับกลุ่มประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็มีการทำงานวิจัยในเนื้อหาที่ใกล้เคียงกัน โดยงานวิจัยที่พบเป็นงานวิจัยของ Ida Ayu Kartika Maharani, Ida Bagus Made Wisnu Parta และ Ida Bagus Putu Supriadi (2020) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงโยคะที่บาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย โดยเขาแบ่งปัจจัยที่มีผลออกเป็นแรงกระตุ้น (Motivation) 2 ส่วน คือแรงดึง (Pull Motives) หรือปัจจัยภายนอก ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวเชิงโยคะที่บาห์ลี (งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการจุดหมายปลายทาง) และแรงผลัก (Push Motives) หรือปัจจัยภายใน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการจากภายในของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ปัจจัยหลัก คือ

- 1) เพื่อประสบการณ์และการพัฒนาตนเอง (Experience) หมายถึง ความต้องการเริ่มต้นโยคะ หรือพัฒนาศักยภาพ และความรู้ของตนเอง รวมถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่
- 2) เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Interpersonal) เป็นการสร้างเพื่อนใหม่ หลีกหนี (Escapism) จากความยุ่งยากในชีวิตประจำวัน และออกท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อตามหาจิตวิญญาณของชีวิต
- 3) เพื่อเกียรติและรับสิ่งดี (Prestige and Benefit) เพราะรู้สึกว่าตนจะได้รับเกียรติและประโยชน์จากการฝึกโยคะ

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรบริหารแหล่งท่องเที่ยว

(Destination Management Organization, DMO)

2.6.1 นิยามศัพท์เกี่ยวกับองค์กรบริหารแหล่งท่องเที่ยว

จุดหมายปลายทางหลัก (Main Destination) คือสถานที่ที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจจะเคลื่อนย้ายไป สำหรับการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง บางครั้งอาจนับจากสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่นานที่สุดในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

องค์กรบริหารแหล่งท่องเที่ยว หรือ Destination Management Organization (DMO) (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2562) คือ องค์กรที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อประสานงานจัดการการท่องเที่ยว

ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ให้เกิดการบูรณาการทางความคิดในการจัดการวางแผนแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งองค์กรบริหารแหล่งท่องเที่ยวเป็นคณะทำงานซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน รวมไปถึงประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว มีขั้นตอนการทำงานตั้งแต่การเก็บข้อมูลที่มีคุณค่า เช่น สิ่งดึงดูดใจ ที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก หรือสถิติทางการท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยว ผนวกเข้ากับมุมมอง ความคิด และความคาดหวัง รวมไปถึงอุปสรรคในการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ เพื่อสร้างแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ไปจนถึงการผลักดันให้เกิดการปฏิบัติจริงในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นด้วย ในปัจจุบัน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2556) องค์กรบริหารแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นได้หลายระดับตามภูมิศาสตร์ ทั้งระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับท้องถิ่น มุ่งเน้นการสร้างรายได้ให้ประเทศทั้งจากนักท่องเที่ยวนานาชาติ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศ มีบทบาทหน้าที่สำคัญ คือ

- 1) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬา ด้วยการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างรายได้ให้ประเทศอย่างมหาศาล
- 2) บูรณาการ และประสานการดำเนินงานภารกิจด้านการท่องเที่ยวและกีฬา เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทุกภาคส่วนให้สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน
- 3) เสริมสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาคและระดับโลก

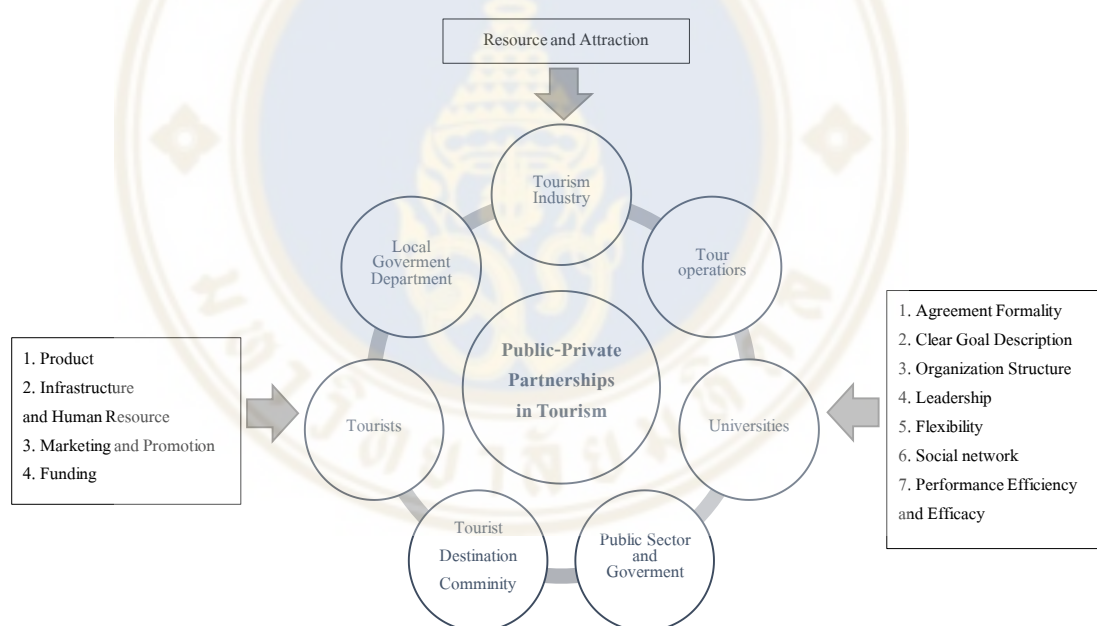
องค์กรบริหารแหล่งท่องเที่ยว หรือ Destination Management Organization มีรูปแบบการจัดการองค์กรที่ต่างกัน 3 แบบ ประกอบด้วย

- 1) เป็นองค์กรที่รัฐบาลดำเนินการเองทั้งหมด เช่น ประเทศไทย
- 2) เป็นองค์กรที่ร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลกับหน่วยงานอื่น เช่น ประเทศสเปน และ สวิตเซอร์แลนด์
- 3) เป็นองค์กรอิสระที่ดำเนินการภายใต้เงินสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น กลุ่มประเทศสหราชอาณาจักร

การบริหารแหล่งท่องเที่ยวหรือการจัดการจุดหมายปลายทาง เป็น แรงดึง (Pull Motive) ตามทฤษฎีการกระตุ้นจากแรงผลักและแรงดึง (Push-Pull Motivation) การพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามแรงดึง ช่วยช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางนั้น กลายเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะได้อย่างแน่นอน

2.6.2 นิยามศัพท์เกี่ยวกับความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public Private Partnership หรือ PPP)

ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานสำหรับโครงการที่มีขนาดใหญ่ ส่วนมากเป็นระบบโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบการคมนาคมขนส่ง ส่วนประกอบของ PPP มี 2 ส่วน คือ ภาครัฐ (Public) และภาคเอกชน (Private) แต่ปัจจุบันมีการนำ PPP Model มาใช้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย ส่วนมากเป็นเรื่องที่ภาคเอกชนต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ จึงมีการผลักดันจากภาคเอกชนให้นำ PPP มาใช้กับการท่องเที่ยวให้จริงจังมากขึ้น (Workpoint Today, 2564) เช่น การเปิดระบบฟรีวีซ่าในประเทศสิงคโปร์ อาจใช้ PPP กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ได้ เช่น การเพิ่มความมั่นใจในการท่องเที่ยว เช่น การกระจายวัคซีนให้กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับคนในกลุ่มธุรกิจ หรือการลดระยะเวลาการกักตัวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนแล้ว เป็นต้น



ภาพที่ 2.5 แผนภาพแนวคิด PPP ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับภูมิภาคของ Mario Franco และ Cristina Esteveao (2010)

ในงานวิจัยของ Mario Franco และ Cristina Esteveao (2010) ได้มีการนำเสนอแผนภาพความคิด (Conceptual Framework) เกี่ยวกับการใช้แนวคิด PPP Model กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับภูมิภาค (Regional Tourism) ดังแสดงในภาพที่ 2.5 โดยวงกลมที่ล้อมรอบตรงกลางแสดงองค์กร หน่วยงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการทำความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน กรอบสี่เหลี่ยมด้านบน คือ สิ่งที่ PPP ต้องพิจารณาให้มีความสำคัญ สี่เหลี่ยมด้านขวา คือ

เป้าหมาย และตัวแปรวิกฤต (Critical Parameters) ที่มีผลกับการทำ PPP และสี่เหลี่ยมด้านซ้าย คือ เป้าหมายของการทำ PPP ว่ามีวัตถุประสงค์ หรือต้องการพัฒนา ส่งเสริมที่จุดใดของระบบ

2.6.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการจุดหมายปลายทาง

จากงานวิจัยของ Yanhong Liu, Yunqiao Shi, Jingrong Zhou และ Erwei Dong (2020) ที่ศึกษานักท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศจีน พบว่าประเทศหรือจุดหมายปลายทางที่กลุ่มตัวอย่างเลือกสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะมากที่สุด คือ ประเทศในเอเชียใต้ (ร้อยละ 78.63) เช่น ประเทศศรีลังกา หรือเนปาล รองลงมาเป็นประเทศอินเดีย (ร้อยละ 75.78) การท่องเที่ยวภายในประเทศจีน (ร้อยละ 69.52) ส่วนกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ร้อยละ 19.09) ได้แก่ ประเทศไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ได้รับเลือกอยู่ในลำดับที่สี่ ระดับราคาของการท่องเที่ยวเชิงโยคะที่กลุ่มตัวอย่างยอมรับมากที่สุดถึงร้อยละ 45.58 คือ 5,001 - 8,000 หยวน (25,005 – 40,000 บาท) แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยที่ยินดีจ่ายที่ 12,001 - 15,000 หยวน (60,005 – 75,000 บาท) ถึงร้อยละ 22.51 สำหรับระดับราคาต่ำกว่า 5,000 หยวน (60,000 บาท) และสูงกว่า 15,000 หยวน (75,000 บาท) อยู่ที่ร้อยละ 8.26 และ 13 ตามลำดับ ภายใต้ระยะเวลาการท่องเที่ยว 3 - 15 วัน รวมเป็นร้อยละ 80.34 รองลงมาคือระยะเวลาการท่องเที่ยวที่นานกว่า 15 วัน และน้อยกว่า 3 วัน ในช่วงฤดูใบไม้ผลิ ใบไม้ร่วง ร้อน และหนาว ตามลำดับ เนื่องจากช่วงฤดูใบไม้ผลิเป็นช่วงที่อากาศอบอุ่น โดยครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างต้องการการจัดการตารางการฝึกโยคะและการท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 46.44) อีกครึ่งหนึ่งต้องการให้เน้นการท่องเที่ยว และเน้นการท่องเที่ยว ในประมาณที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 29.63 และ 23.93 ตามลำดับ) สำหรับแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวโยคะได้รับมากที่สุดถึงร้อยละ 41.31 คือมัลติมีเดีย (Multimedia Platform) รองลงมาคือได้รับคำแนะนำจากครูสอนโยคะ หรือเพื่อน มีส่วนน้อยเพียงร้อยละ 2.28ที่ได้รับข้อมูลจากแหล่งอื่น เช่น เว็บไซต์ หรือนิตยสาร เป็นต้น

จากงานวิจัยของ Adarsh Kumar Aggarwal, Meenal Guglani และ Dr. Raj Kumar Goel (2008) ทำการศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศอินเดีย ณ เมืองฤาษีเกศ (Rishikesh) ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวพบปัญหาของจุดหมายปลายทางที่เลิกหลายด้าน ประกอบด้วยการไม่จัดทำศูนย์ให้คำแนะนำนักท่องเที่ยว (Assistance Offices) ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ ทำให้นักท่องเที่ยวขาดข้อมูลการท่องเที่ยว สื่อสารกับคนท้องถิ่นที่พูดภาษาพื้นเมืองค่อนข้างยาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสและรัสเซีย โรงแรมหรือที่พักยังอยู่ในระดับที่ไม่น่าพอใจ ไม่สะอาด ไม่รับประกันเครดิต ทำให้นักท่องเที่ยวต้องพกเงินสดจำนวนมากในการไปท่องเที่ยว บางส่วนรู้สึกว่าการใช้ชีวิตในเมืองค่อนข้างไม่ปลอดภัย มีโจรและขมขานจำนวนมากตามท้องถนน นอกจากนี้ ไม่ได้ได้รับความสะดวก

ในการเดินทาง ทั้งถนน หรือสายการบิน นักท่องเที่ยวบางส่วนถูกปกปิดข้อมูลจากผู้จัดการท่องเที่ยว เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาในปี 2008 ทำให้ข้อมูลบางส่วนขัดแย้งกับข้อมูลในปัจจุบัน (Make My Trip, 2020) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังเมืองถาฮีเกศ ได้หลายทางทั้งทางรถส่วนตัว ทางรถไฟ รถโดยสารประจำทาง และทางเครื่องบินด้วยสายการบิน เช่น Jet Airways โดยลงที่สนามบิน Jolly Grant เมืองเดห์ราดูน (Dehradun) ที่ห่างจากเมืองถาฮีเกศประมาณ 35 กิโลเมตร

ส่วนแรงดึง (Pull Motives) ของจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวเชิงโยคะที่เกาะบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย (Maharani, Parta and Supriadi, 2020) ประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน คือ

- 1) ด้านสังคม (Community) คือก่อให้เกิดสังคมของคนที่มีความคิดเหมือนกันหรือคล้ายกัน เช่น สังคมโยคะ
- 2) ด้านสภาพอากาศ (Atmosphere and Climate) เพื่อความใกล้ชิดกับธรรมชาติ มองหาอากาศที่อบอุ่น มีแสงแดด
- 3) ด้านความสะอาดและปลอดภัย (Safety and Hygiene) คือสถานที่ต้องมีความสะอาดและปลอดภัย มีสถานะที่เหมาะสม
- 4) ด้านการเข้าถึงได้ (Accessibility) คือต้องเข้าถึงได้ง่าย มีอุปกรณ์สนับสนุนการฝึกโยคะอย่างเหมาะสมและเพียงพอ
- 5) ด้านราคาและบริการที่เข้าถึงได้ (Price and Service Availability) ราคาที่น่าเสนอมีราคาที่สมเหตุสมผล พร้อมด้วยครูโยคะที่มีความสามารถ
- 6) ด้านวัฒนธรรมและความแตกต่าง (Culture and Ethnic) เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีความแตกต่าง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของการฝึกโยคะ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยขั้นตอนและขอบเขตการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย

- 3.1 วิธีการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการวิจัย

วิธีการวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ทางผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการวิจัยเชิงเอกสารที่ใช้ข้อมูลจากเอกสารหรืองานวิจัยอ้างอิงมาประกอบ โดยระยะเวลาการศึกษาอยู่ในช่วงเดือน ตุลาคม 2563 ถึง พฤษภาคม 2564

3.1.1 การวิจัยเชิงเอกสาร

ข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงที่นำมาประกอบในงานวิจัยนี้เป็น ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วย ทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้อง เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ และการจัดการจุดหมายปลายทางทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ นอกจากนี้ข้อมูลเชิงเอกสารนี้ยังรวมถึงค่าทางสถิติ รายงาน ข่าว และแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้วย

3.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็น ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ถูกเก็บจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และทัศนคติ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงส่วนเปลือกหน้า (Face Validity) จากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเหมือนกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ไม่ได้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจะเก็บข้อมูลจาก 3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวม 30 คน ตามหลักของการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพแบบเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Data Triangulation) จากแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลายจำนวน 3 กลุ่มย่อย โดยการตั้งคำถามที่มีวัตถุประสงค์ในการถามแบบเดียวกัน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ผู้ฝึกโยคะ และผู้สอนโยคะ ชาวไทย หรือชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะทั้งในประเทศไทยหรือต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานรัฐบาล หน่วยงานเอกชน หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโยคะ โดยการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมงานวิจัยแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 คน ประกอบด้วย

1) กลุ่มผู้ฝึกโยคะ อายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน โดยต้องมีประสบการณ์เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะภายในประเทศไทยหรือต่างประเทศ และจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเชิงโยคะเพื่อเข้าร่วมเป็นผู้ฝึกโยคะ

2) กลุ่มผู้สอนโยคะ อายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน แตกต่างจากกลุ่มผู้ฝึกโยคะคือ กลุ่มผู้สอนโยคะต้องมีใบรับรองผู้ฝึกสอนโยคะ โดยต้องมีประสบการณ์เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะภายในประเทศไทยหรือหรือต่างประเทศ แต่อาจมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเชิงโยคะเพื่อเป็นผู้ฝึกหรือผู้สอนโยคะก็ได้

3) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น เช่น หน่วยงานรัฐบาล หน่วยงานเอกชน หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะ ศูนย์ฝึกโยคะ แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบครบวงจรพร้อมสถานที่ให้บริการเกี่ยวกับโยคะ จำนวน 10 คน โดยแหล่งท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่จะถูกคัดเลือกเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลปฐมภูมิของงานวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยอ้างอิงประเด็นการสัมภาษณ์จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากวรรณกรรมที่ค้นคว้า ด้วยการวิจัยเชิงเอกสาร หรือข้อมูลทุติยภูมิ โดยทางผู้วิจัยจะอิงคำถามตามแบบสัมภาษณ์แล้วถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพิ่มเติมในบางประเด็นที่สำคัญเพื่อการเก็บข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์มากที่สุด โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะถูกนำมาวิเคราะห์โดยผู้วิจัยในส่วนต่อไป ซึ่งแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างที่ใช้ ประกอบด้วยคำถามหลัก 4 ส่วนตามประเด็นที่ต้องการศึกษาแบ่งเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมงานวิจัย

ส่วนที่ 2 ประเด็นเกี่ยวกับแรงผลักดัน (Push Motive) ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

ส่วนที่ 3 ประเด็นเกี่ยวกับแรงดึงดูด (Pull Motive) ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

ส่วนที่ 4 ประเด็นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เลือกเป็นรายบุคคลจนครบประเด็นที่ต้องการสัมภาษณ์ ใช้การจดบันทึกร่วมกับการบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ แล้วถอดความข้อมูลจากเสียงที่บันทึกอย่างละเอียดครบถ้วน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์ ร่วมกับการเก็บข้อมูลของเอกสารอ้างอิงที่ค้นคว้า ให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลที่ได้รับ แล้วใช้กระบวนการวิเคราะห์เพื่อดึงคำสำคัญ หรือคำซ้ำของคำตอบเพื่อหาประเด็น (Themes) นำไปสู่ข้อค้นพบ (Finding) เพื่ออธิบายสิ่งที่น่าสนใจหรืออาจมีความสำคัญกับการศึกษาในอนาคต



บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย” นี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทางผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured In-depth Interview) แบ่งเป็นสามกลุ่มประกอบด้วย กลุ่มผู้ฝึกโยคะ กลุ่มผู้สอนโยคะ กลุ่มกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เป็นหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสิ้น 33 คน โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมดถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาแก่นสาระ (Theme) และสร้างแผนภาพความคิดที่ได้จากการวิจัยต่อไป สำหรับเนื้อหาในส่วนของผลการวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- 4.2 การวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability)
- 4.3 การวัดความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ (Validity)
- 4.4 การวิเคราะห์เนื้อหาและแก่นสาระ (Content and Theme Analysis)
 - แก่นสาระที่ 1 การพัฒนาศักยภาพเกี่ยวกับโยคะ
 - แก่นสาระที่ 2 สุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health)
 - แก่นสาระที่ 3 รูปแบบของจุดหมายปลายทาง (Destination Landscape)
 - แก่นสาระที่ 4 การให้ความรู้เกี่ยวกับโยคะ (Yoga Knowledge)
 - แก่นสาระที่ 5 การเพิ่มความแรงดึงดูดของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ
 - แก่นสาระที่ 6 ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public Private Partnership: PPP)
- 4.5 แผนภาพแนวคิด (Conceptual Framework)

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

งานวิจัยครั้งนี้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น 3 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มผู้ฝึกโยคะ กลุ่มผู้สอนโยคะ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการวิจัยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญเข้าร่วมงานวิจัยทั้งสิ้น 33 คน โดยรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดประกอบด้วย

- 1) กลุ่มผู้ฝึกโยคะ จำนวน 10 คน เป็นผู้ฝึกโยคะเพศหญิงจำนวน 10 คน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดอายุมากกว่า 20 ปี

ตารางที่ 4.1 รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มผู้ฝึกโยคะ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	เพศ	อายุ (ปี)	ประสบการณ์การฝึกโยคะ (ปี)
ผู้ฝึกโยคะ 1	หญิง	48	18
ผู้ฝึกโยคะ 2	หญิง	40	12
ผู้ฝึกโยคะ 3	หญิง	40	8
ผู้ฝึกโยคะ 4	หญิง	47	10
ผู้ฝึกโยคะ 5	หญิง	43	1
ผู้ฝึกโยคะ 6	หญิง	45	3
ผู้ฝึกโยคะ 7	หญิง	45	25
ผู้ฝึกโยคะ 8	หญิง	57	10
ผู้ฝึกโยคะ 9	หญิง	30	6
ผู้ฝึกโยคะ 10	หญิง	40	4

- 2) กลุ่มผู้สอนโยคะ จำนวน 12 คน เป็นผู้สอนโยคะเพศชาย 4 คน และ เพศหญิงจำนวน 8 คน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดอายุมากกว่า 20 ปี

ตารางที่ 4.2 รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มสอนโยคะ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	เพศ	อายุ (ปี)	ประสบการณ์การฝึกโยคะ (ปี)
ผู้สอนโยคะ 1	หญิง	48	10
ผู้สอนโยคะ 2	ชาย	43	21
ผู้สอนโยคะ 3	ชาย	46	20
ผู้สอนโยคะ 4	หญิง	46	15
ผู้สอนโยคะ 5	หญิง	43	12
ผู้สอนโยคะ 6	หญิง	42	13
ผู้สอนโยคะ 7	หญิง	32	8
ผู้สอนโยคะ 8	หญิง	28	6
ผู้สอนโยคะ 9	หญิง	48	9
ผู้สอนโยคะ 10	ชาย	66	29

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	เพศ	อายุ (ปี)	ประสบการณ์การฝึกโยคะ (ปี)
ผู้สอนโยคะ 11	ชาย	45	20
ผู้สอนโยคะ 12	หญิง	56	30

- 3) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น จำนวน 11 คน จาก 11 แห่ง โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละคนเป็นตัวแทนของแต่ละสถานที่ โดยแบ่งเป็น หน่วยงานการท่องเที่ยว 3 แห่ง หน่วยงานเอกชน 1 แห่ง โรงเรียนสอนโยคะ 5 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรจำนวน 2 แห่ง ที่ตั้งกระจายอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้

ตารางที่ 4.3 รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ประเภทขององค์กร	สถานที่ตั้ง
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 1	โรงเรียนสอนโยคะ	จังหวัดเชียงราย
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2	โรงเรียนสอนโยคะ	จังหวัดเชียงราย
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3	โรงเรียนสอนโยคะ	จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4	โรงเรียนสอนโยคะ	จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5	โรงเรียนสอนโยคะ	จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 6	หน่วยงานการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงราย
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 7	หน่วยงานการท่องเที่ยว	จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 8	แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	จังหวัดแม่ฮ่องสอน
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9	หน่วยงานเอกชน	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 10	แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 11	หน่วยงานการท่องเที่ยว	จังหวัดกรุงเทพมหานคร

4.2 การวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability)

งานวิจัยครั้งนี้ ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability) โดยใช้หลักการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพแบบเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Data Triangulation) คือการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกันทั้งสิ้น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ฝึกโยคะ ผู้สอนโยคะ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ทั้งภาครัฐและเอกชน

4.3 การวัดความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ (Validity)

งานวิจัยครั้งนี้ให้การตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบความเที่ยงตรงส่วนเปลือกหน้า หรือ Face Validity โดยให้นักท่องเที่ยวเชิงโยคะที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน อ่านแบบสัมภาษณ์เพื่อสอบถามความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อแต่ละคำถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 คน เข้าใจคำถามและจุดประสงค์ของแบบสัมภาษณ์ ไม่มีข้อสงสัยเกี่ยวกับคำถาม

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหาและแก่นสาระ (Content and Theme Analysis)

แก่นสาระที่ 1 การพัฒนาศักยภาพทางโยคะ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพด้านโยคะของตนเอง เป็นสำคัญ โดยการพัฒนาศักยภาพของผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเกี่ยวข้องกับ 2 ปัจจัย ประกอบด้วย การพัฒนาตนเอง ซึ่งเป็นปัจจัยด้านแรงผลักดัน (Push Motivations) หรือปัจจัยภายในของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเอง สะท้อนออกมาในลักษณะของวัตถุประสงค์ ความต้องการ หรือความคาดหวัง ในการเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะ และอีกหนึ่งปัจจัยคือ ความมีชื่อเสียงของครูผู้สอน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูด (Pull Motivation) หรือปัจจัยภายนอก เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวโยคะให้เกิดการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นดังกล่าวดังนี้

1.1 การพัฒนาตนเอง (Self-Improvement)

ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นว่าแรงผลักดันที่ทำให้พวกเขาเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะนั้น คือการพัฒนาศักยภาพและความรู้เกี่ยวกับโยคะของตนเอง โดยพวกเขาบอกว่าในแต่ละครั้งที่พวกเขาจะตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงโยคะในแต่ละครั้ง พวกเขาจะทำการพิจารณาจากหัวข้อการสอนในครั้งนั้น จากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พวกเขามักจะตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะ หากหัวข้อการบรรยาย หรือการฝึกฝนตรงกับความสนใจ หรือสิ่งที่พวกเขาอยากพัฒนา ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้ให้ข้อมูลว่า พวกเขาจัดแหล่งท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้พัฒนาตนเองให้พร้อมที่จะถ่ายทอดให้ผู้อื่นต่อไป โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละกลุ่มได้กล่าวว่า

“อยากไปอัปเดตความรู้เกี่ยวกับเรื่องโยคะ ซึ่งครูแต่ละคนเวลาสอน เขาจะมีเทคนิคเฉพาะตัวของเค้า ในบางท่าที่เราอาจจะยังทำไม่ได้ พอเราไปเจอครูคนนี้ เขาให้เทคนิคมาแบบนี้ มันก็จะทำให้เราต่อยอด ทำบางท่าที่เราคิดว่าเราเคยทำไม่ได้จะ เหมือนเขาตั้งศักยภาพเราออกมา แล้วทำให้เราแบบทำท่า” (ผู้ฝึกโยคะ 2)

“ตอนที่ไปครั้งแรก เพราะว่าเราอยากลองเปิดโลกทัศน์ แต่พอเป็นครั้งที่สอง อยากไปเพราะครั้งแรกไป แล้วรู้สึกตัวเองไม่เข้าใจเรื่องโยคะเท่าไร เลยต้องไปซ้ำ ต้องไปเรียนซ้ำเพื่อให้ทฤษฎีมันเริ่มดีขึ้น” (ผู้ฝึกโยคะ 3)

“ด้วยความที่เราชอบโยคะ เรารักโยคะมาก แล้วก็ไปเจอครูที่ใช่ พอถึงช่วงเวลาที่เรารู้สึกเองมาลึกลับประมาณ 2 ปีครึ่ง เรารู้แล้วเราว่าเราไปต่อจากนี้ไม่ได้ ถ้าเราไม่มีครู เพราะฉะนั้นเราต้องการคนที่จะมาช่วยนำทางเรา คนที่รู้จริง คนที่จะบอกเราได้ว่าอะไร คือทางที่ใช่กันแน่ เพราะมันไม่ใช่แค่เรื่องของอาสนะอย่างเดียวแล้ว ในความรู้สึกที่ พี่ถึงได้ตัดสินใจเรียนว่า โยคะมีอะไรมากกว่านั้น เรารู้ประมาณหนึ่ง แต่เราไม่ได้รู้สึกอะไร แต่เรารู้ว่ามันไม่ใช่เฉพาะอาสนะ เลยได้มาเจอครูออนไลน์ก่อน พอเริ่มคิดว่าจะเรียนที่ไหนดี ก็เริ่มหาข้อมูลเมื่อปลายปีที่แล้ว เจอแล้วก็ไปแบบกะทันหันแล้วเรียนเลย ... เราเป็นคนทำอะไรแล้วเราจริงจัง มี Passion และเต็มพลัง เพราะฉะนั้นเรารู้สึกว่า เรารักโยคะจริงๆ ถ้าเรียนแบบผิวเผินมันไม่พอ มันไม่ใช่คำตอบแล้ว แค่นั้นมันคาใจมันอึดอัด เลยรู้สึกว่าจะทำอะไร ต้องเอาให้มันสุด ๆ ไปเลย จะรู้สึกสนุก ” (ผู้ฝึกโยคะ 6)

“เหมือนพัฒนาตนเอง พัฒนาความรู้ที่เรามีอยู่ ให้มันดีมากขึ้น แล้วเพื่อไปต่อยอดถ่ายทอดให้กับนักเรียนของเรา ได้อย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยที่ไม่ให้เขามาฝึกแล้วบาดเจ็บ เพราะเคยได้ยินมาตลอดว่า ฝึกโยคะทุกครั้งเราบาดเจ็บ ซึ่งจริง ๆ แล้ว ถ้าคนฝึกอย่างถูกต้อง มันจะไม่บาดเจ็บเลย การบาดเจ็บขึ้นอยู่กับว่า คุณฝึกแบบไหน การที่เราไปเรียนรู้ มีความรู้มากยิ่งขึ้น มันเพิ่มความมั่นใจในการถ่ายทอด ให้กับนักเรียนได้มากยิ่งขึ้น คนที่ฝึกกับเราต้องได้ประโยชน์จากเรากลับไป” (ผู้สอนโยคะ 1)

“ส่วนใหญ่ถ้าเกิดว่าไปเรียน ความคาดหวังก็เหมือนกับว่า เราก็จะได้อะไรใหม่ๆ ที่เราแบบยังไม่เคยเรียน” (ผู้สอนโยคะ 8)

“เราอยากมีคอร์สครูโยคะที่สอนครูโยคะ ที่ได้มาตรฐานและคุณภาพดี โดยที่ราคาสมเหตุสมผล และนักเรียนที่มาเรียนสามารถไปบอกต่อ สอนต่อโยคะได้อย่างถูกต้องลดการบาดเจ็บ และทำให้สุขภาพของผู้เรียน มีสุขภาพและร่างกายที่สมบูรณ์ เป็นวิสัยทัศน์ที่ทำให้เราได้จัดตั้งโรงเรียนโยคะแห่งนี้ขึ้นมา” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2)

1.2 ความมีชื่อเสียงของครูผู้สอน (Instructor Reputation)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ระบุว่า ตัวแปรสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะของพวกเขาในแต่ละครั้งขึ้นกับความมีชื่อเสียงของครูผู้สอน โดยความมีชื่อเสียงของครูผู้สอนนี้น่าจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวกับหัวข้อในการสอนโยคะนั้น เนื่องจากผู้สอนแต่ละคนจะมีความถนัด หรือความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน เป็นผลให้ผู้ฝึกโยคะตัดสินใจจากชื่อของผู้สอนเป็นสำคัญ นั่นหมายถึงหากผู้สอนโยคะที่ตนชื่นชอบ จะจัดกิจกรรมเชิงโยคะ ในแหล่งท่องเที่ยวจะไม่สวยงามหรือดีดังคุณ แต่เขาก็จะตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวโยคะนั้น ไม่ใช่แค่เพียงการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงโยคะ ณ แหล่งท่องเที่ยวขึ้นเป็นครั้งแรก แต่ยังรวมถึงการเลือกการท่องเที่ยวซ้ำกับครูผู้สอนโยคะคนเดิมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะเดิมเช่นเดียวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหน่วยงานเอกชนที่จัดการท่องเที่ยวเชิงโยคะขึ้น ก็มักจะเลือกผู้สอนโยคะหลายคนสำหรับหัวข้อการสอนที่แตกต่างกันในการท่องเที่ยวเชิงโยคะที่พวกเขาจัดกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่การท่องเที่ยวโยคะนั้นจัดติดต่อกันหลายวัน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนให้ข้อมูลว่า

“สำหรับพี่แล้วจะอยู่ที่ครูเลยคะ ไม่ได้อยู่ที่อย่างอื่น คือคุณครูที่เราสนใจอยากฝึกด้วยของพี่ครูคนนั้นต้องมีใบที่เขาจะสามารถสอนได้ทั่วโลก มีใบรับรอง และเป็นคนที่เราติดตามเขาอยู่ เราจะรู้แล้วว่า ปีนี้เขาจะมีที่ไหน ถ้าเป็นที่ที่เราจะบินไปฝึกได้ ก็ไป ไม่ได้คุณที่แหล่งท่องเที่ยวคะ ส่วนใหญ่คุณที่ครูอย่างเดียว ... ที่ไปล่าสุดก็ไปที่เกาหลี คือ ชารัช (ชารัช คือ ลูกชายผู้สืบทอดศาสตร์อภัยภูโยคะ จากเมืองมัยซอ ประเทศอินเดีย) มาสอนมี 7 วัน เราก็ไป คือ ไปเพราะเราอยากจะไป สัมผัสกับบรรยากาศ คนที่เขาคิดจริง ๆ” (ผู้ฝึกโยคะ 7)

“สมมติว่าถ้าเป็นออร์แกไนเซอร์ (Organizer) เขาก็จะมีรายชื่ออยู่แล้วว่า ผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านเนี่ยคือใคร เช่น ครูโยคะที่เชี่ยวชาญเรื่องของการผ่อนคลายก็จะเป็นคนนี้ คนนี้เชี่ยวชาญเรื่องของอายุรเวช หรือสมุนไพรธรรมชาติบำบัดก็จะเป็นอีกคนนึง ดังนั้นในทริปหนึ่งทริปเกี่ยวกับสุขภาพเนี่ย อาจจะมีวิทยากร หรือครูโยคะไปประมาณ 4 - 5 ท่าน แต่ถ้าสมมติว่า เป็นครูคนเดียวที่ไปคนเดียวเลย แสดงว่าคนนั้นเขาก็จะต้องมีความสามารถ มีประสบการณ์หลายๆ อย่างรอบด้าน ถ้าเราเป็นครูคนเดียวไป มันจะมีเรื่องของ Marketing Promote ด้วยส่วนหนึ่ง ดังนั้นถ้าเป็นครูคนเดียว ความน่าสนใจของตัวคอร์ส หรือตัวของทริปเนี่ย ก็อาจจะเล็กลง หรือน้อยลง แต่ถ้าเป็นผู้เชี่ยวชาญมา 3 - 4 คนเลยในงานเดียวกัน เหมือนกับเราก็ดีดังคุณ ทำให้เราเป็นแบบกลุ่มบุคคลที่น่าสนใจ แล้วตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการเข้าร่วมกิจกรรม” (ผู้สอนโยคะ 2)

“ถ้าครูดีทุกอย่างดี สถานที่อาจจะเข้าไปในซอย หรือไปยากนิดนึง อย่างมากแค่กลุ่มคนที่ไปก็จะมีบับมี Complaint โน่นมีนี่ แต่ถามว่าไปไหม เขาก็ไป แค่นั้นเอง บางสถานที่คิดรถไฟฟ้าเลย แต่ว่าคนสอนหรือครูไม่ได้ดึงดูด แล้วโปร โมตแทบตายอย่างไรก็ตาม ก็ไม่มีประโยชน์” (ผู้สอนโยคะ 11)

“ในส่วนของโยคะที่นักท่องเที่ยวเขารู้สึกชอบ คือ เวลาที่พีคักครูเข้ามา พีจะมีครูประมาณ 50 คนในงานนี้ คนที่มาร่วมงานจะได้เล่นกับครูที่หลากหลายและเยอะมาก เป็นครูที่เป็น Number One ของประเทศนั้นๆ ฉะนั้นการที่พวกเขาจะบินมางานในประเทศนี้ เขาบินมางานเดียวคุ้ม เพราะเขาสามารถเล่นกับครูเกาหลี ครูจีน ครูเวียดนาม ครูญี่ปุ่น ครูไทย หรือครูอเมริกาดังๆ ได้ในงานเดียว” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9)

1.3 ความหลากหลายของรูปแบบการสอน (Yoga Verities)

รูปแบบการสอนที่มีความหลากหลายเป็นหนึ่งในปัจจัยด้านแรงดึง (Pull Motivations) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะ ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวถึงปัจจัยนี้เกี่ยวกับรูปแบบการสอน เพราะโยคะถูกแบ่งเป็นหลายเรื่องย่อยๆ บางคอร์สเน้นเรื่องการฝึกท่าทาง (อาสนะ) บางคอร์สเน้นการฝึกลมหายใจ (ปราณายามะ) บางคอร์สเน้นเรื่องของการดูแลตนเอง (อายุระเวท) หรือบางคอร์สก็เน้นสอนแบบผสมผสาน บางครั้งนักท่องเที่ยวก็ต้องการรูปแบบของโยคะที่มีความจำเพาะเจาะจงกับความต้องการของเขา พวกเขาให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ว่า

“อีกหน่อยพีก็จะไปกันอีกนะ อยากไปฝึกปรานายามะ อยากฝึก Arm Balance มีอายุระเวทด้วย ก็ว่าจะค่อยๆ เก็บไป แต่เอาพื้นฐานก่อน เพราะว่าจริง ๆ แล้ว คอร์สครูไม่ใช่คอร์สที่จะยากอย่างที่เราคิด ถึงข้อมูลมันเยอะจริงแต่ว่ามันพื้นฐานมาก คือ 200 ชั่วโมงมันเบสิกมาก เราคิดว่ามันต้องรู้อะไรบ้าง จริง ๆ มันไม่ได้ขนาดนั้น มันมีอะไรอีกหลายอย่าง อีกล้าน ๆ อย่างที่เรายังไม่รู้ นี่คือเบสิก ถ้าอยากลึกต้องไปติดต่อ 300 ชั่วโมงกันอีก ซึ่งถ้ามีโอกาสพีก็อยากจะต่อ ยังไม่ได้ตัดสินใจ แต่ว่าแค่ตรงนี้ก็ยังคงจะแยกกันอยู่แล้ว ข้อมูลมันเยอะจริง ๆ ถึงพื้นฐานก็ยังเยอะ เราก็รู้สึกว่ายังต้องฝึกอะไรอีกเยอะ อาจจะเก็บเป็นแนวเป็นคอร์สสั้นๆ มากกว่านะ เก็บ Arm Balance เก็บนู่นเก็บนี่ไป แล้วค่อยมาสะสมรวมกัน ก็โอเคอยู่ ถึงไม่ได้เรียน 300 ชั่วโมง” (ผู้ฝึกโยคะ 6)

“โยคะมันก็มีหลากหลายสาขารับ ส่วนผมเนี่ย ผมก็จะมีความรู้สึกว่า ผมจะเป็นแบบทั่วไป (General) เป็นครูสอน โยคะแหละ ก็สอนได้หลายๆสไตล์นั่นแหละ แต่หลัก ๆ ผมก็จะสอนเป็นแบบที่เขาเรียกว่า ถ้าพูดกันคร่าว ๆ ก็คือเหมือนเป็นประยุกต์เค้า เรียกว่าเป็นหฐวินยาสะ (Hatha Vinyasa Yoga) เป็นลูกผสมแบบกลาง ๆ ไม่หนัก

เกินไป ไม่เบาเกินไป ซึ่งพอผมสอนแบบกลาง ๆ มันเป็นกลุ่มนักเรียนกลุ่มใหญ่ ผมก็เลยมีแนวคิดในการเลือกที่จะไปอบรมในสถาบันต่าง ๆ ในอินเดีย ผมก็จะแตกต่างจากคนอื่นก็ คือ ผมไม่ได้เจาะจงไปแบบว่าสไตลโคสไตลหนึ่ง ผมก็จะเน้นเรื่องของความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมและความรู้ ดังนั้นในแต่ละครั้งที่ผมไปเนี่ย ผมก็จะพยายามไปให้ต่างเมือง แล้วก็ไปเรียนโยคะในสไตลที่แตกต่างจากเดิม แบบที่ไม่เคยเรียน เพื่อที่จะได้ความรู้ในแบบที่มันหลากหลายที่เราไม่เคยเรียนรู้มาก่อน” (ผู้สอนโยคะ 2)

“ของโรงเรียนครู จะมีคอร์สครู 200 ชั่วโมงกับ 300 ชั่วโมง และถ้าเป็นคอร์สระยะสั้นจะเป็นคอร์สโยคะบำบัด แต่เราไม่สามารถใช้คำว่าโยคะบำบัดได้ แต่จะเป็น *Yoga for Wellness* (โยคะเพื่อสุขภาพ) คือการใช้โยคะในการรักษาหรือแก้อาการผิดปกติต่าง ๆ ของร่างกาย อย่าง *Office Syndrome* อย่างกระดูกสันหลังคด อาการเจ็บหัวเข่า อาการพวกนี้ค่ะ เป็นตามอาการต่าง ๆ จะเป็นคอร์สระยะสั้น 50 ชั่วโมง และ 100 ชั่วโมง จะมีเป็น *Intensive Course* สำหรับเฉพาะทำ ที่เขาจะมาเรียนเทคนิค *Arm Balance* ต่าง ๆ” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2)

รูปแบบการสอนที่มีความหลากหลายนี้ นอกจากการนำเสนอความรู้เชิงลึกเฉพาะด้านที่แตกต่างกันให้เหมาะกับความต้องการหรือความสนใจของนักท่องเที่ยวยุโรปแล้ว ความหลากหลายนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีข้อจำกัดด้านเวลาที่แตกต่างกันเนื่องจากการเข้าร่วมการท่องเที่ยวโยคะในบางคลาส โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักสูตรครูโยคะ ที่นักท่องเที่ยวยุโรปจำเป็นต้องมีเวลาว่างประมาณ 1 เดือน สำหรับหลักสูตรขั้นต่ำ 200 ชั่วโมง โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อจำกัดด้านเวลานี้ไว้ว่า

“มันเป็นแบบ *Online/On site* ค่ะ ถ้าจะไป *On site* อย่างเดียว 20-30 กว่าวัน มันเป็นไปได้ไม่ได้ เพราะว่างาน ก็ไม่ได้ถึงขนาดนั้น เพราะมันเป็นหลักของการ *Online/On site* อย่างละครึ่ง มันก็เป็นไปได้ที่เราจะทำได้” (ผู้ฝึกโยคะ 5)

“ของพี่ *Facebook* มันดังขึ้นมาว่า เออ เรียนครูโยคะมันเป็น *Online Onsite* มันก็เลยเป็นจุดเริ่มต้นที่รู้สึกว่าจะแค่ 10 วันเอง *Onsite* ก็ไปเรียนสิอะไรแบบนี้ มันแค่ 10 วัน เราลาได้อยู่แล้ว” (ผู้ฝึกโยคะ 3)

“ตอนที่พี่เลือกเรียน เลือกที่ครูเขาสามารถให้เราเรียนเสาร์-อาทิตย์ได้ ตอนนั้นก็ยังต้องหยุดงานบางวันนะ ครูเขาก็สามารถส่งเราได้เลยนะว่า ต้องหยุดงานมาสอบมาทำอะไรก็ต้องมีขอหยุดงานเพิ่มมาด้วย ซึ่งงานเราก็สำคัญใช้ไหมคะ แต่เรียนเราก็อยากได้

ใบรับรอง (Certificate) มันก็จะยุ่งนิดนึง แต่เราก็ต้องได้บริหารเวลา ถ้าเราอยากเรียน”
(ผู้สอน โยคะ 4)

1.4 เปลี่ยนอาชีพ หรือเป็นอาชีพเสริม (New Career Path)

อย่างที่ทราบกันดีว่าสำหรับผู้ที่ต้องการสอนโยคะทั่วโลกนั้น ต้องได้รับการรับรองโดยโรงเรียนสอนโยคะที่ได้รับการรับรอง เช่น WAY (World Yoga Alliance) เสียก่อน ผู้ฝึกต้องผ่านคอร์สเรียนที่มีความยาวอย่างน้อย 200 ชั่วโมง เพื่อเรียนรู้ศาสตร์ทุกด้านเกี่ยวกับโยคะให้มีความพร้อม และความสามารถในการถ่ายทอดให้กับผู้เรียนต่อไป ผู้ที่จะเข้าเรียนคอร์สสำหรับครูโยคะนั้นส่วนมากจะเป็นผู้ที่เคยฝึกโยคะมาแล้วระดับหนึ่ง แทบจะไม่มีผู้ที่ไม่เคยฝึกหรือไม่มีประสบการณ์ใดๆเกี่ยวกับโยคะมาก่อน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามกลุ่มให้ข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาศักยภาพด้านโยคะสำหรับเปลี่ยนอาชีพ หรือใช้เป็นอาชีพเสริมในอนาคต ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

ใช้โยคะเป็นอาชีพหลัก โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่า

“งานเก่าเราเป็นองค์กรมหาชนซึ่ง Secure มากค่ะ เราก็ยอมแลก เพราะว่าอะไรก็ตามที่รู้สึกว่ามีผลกระทบต่อสุขภาพ เราไม่เอา เพราะว่าเราชอบออกมาเริ่มต้นอะไรใหม่ๆดีกว่า ... สมัยก่อนที่เราตอนอายุ 29 เราก็เหมือนกับฝึกแล้วเหมือนกับ โยคะมันง่ายสำหรับเรา คือเราเรียนปั๊บบ้าง แปปเดียว อันนี้เราก็ทำได้แล้ว อันนี้เราก็ทำได้แล้ว แล้วก็เหมือนกับมันง่ายสำหรับเรา ก็เลย พอวันนึงทำงานเครียด ก็เลยเหมือนกลับมา Back off ตัวเองกลับมาแล้วก็ลองลงเรียนครูโยคะดู แล้วก็จุดประสงค์ที่ถามคืออยากจะทำต่อความสุขภาพดีนี่ให้กับคนอื่น ถือว่าเป็นการทำอาชีพที่มันเป็น Two-way คือทั้งได้ ทั้งให้ไปในเวลาเดียวกันค่ะ” (ผู้สอน โยคะ 6)

“ตอนแรกก็เริ่มเล่น โยคะในฟิตเนส ลองไปเข้าโยคะแล้วก็รู้สึกชอบ ด้วยที่พี่เป็นนักกีฬาเทนนิส โคนะ เรียนอยู่ที่วิทยาศาสตร์การกีฬา มหิดล แต่ว่าร่างกายของพี่เองก็มีความยืดหยุ่นอยู่แล้ว เพราะเทนนิส โคนะก็ต้องยืดก่อน ต้องเตะสูง แต่ว่าคือเราอาจจะยืดไม่ถูกวิธี ก็ยืดแบบที่เขาสอน ไม่ค่อยมีหลักการ พอได้ไปเข้าคลาสโยคะมันก็รู้สึกแบบว่า มันยืดได้ดีกว่าที่เราเคยทำ ก็เลยรู้สึกชอบ พอชอบแล้วก็ไปหาที่เรียนเลย ก่อนที่จะไปหาที่เรียน ก็ไปเล่นหลายสตูดิโอ ก็มีคนแนะนำหลายที่ แล้วพอเจอแนวที่เราชอบก็เลยติดต่อเขาว่าอยากเรียนเป็นครูโยคะค่ะ ... พี่ตั้งใจจะเป็นครูโยคะเลย เพราะว่าเมื่อที่ทำงาน เบื่อการเป็นพนักงานออฟฟิศมาก เลยลาออกแล้วก็ไปเรียนครูโยคะ พอเรียนเสร็จแล้ว ก็แบบ โชคดีที่ได้งานเลย” (ผู้สอน โยคะ 7)

ใช้โยคะเป็นอาชีพเสริม โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่า

“พีคิดว่าในอนาคตเราอาจจะทำอะไร โยคะอาจจะเป็นอาชีพเสริมของเรา หรืออาจจะไปทำให้คนอื่น ไปถ่ายทอดให้คนอื่นได้ นี่คือนี่สิ่งที่พีคิดตามมา เลยกลายเป็นว่า พีได้มีโอกาสไปเริ่มเรียนครูโยคะ” (ผู้ฝึกโยคะ 4)

แก่นสาระที่ 2 สุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสุขภาพที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นความสมดุลระหว่างสุขภาพทางกาย สุขภาวะทางใจ และสังคมที่สมบูรณ์ โดยปัจจัยทั้งสามเป็นปัจจัยด้านแรงผลักดัน (Push Motivations) ที่เกิดจากตัวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเอง โดยทั้งสามตัวแปรมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การทำโยคะบำบัด (Retreat Yoga) เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ทำให้เห็นถึงการสร้างสุขภาพแบบองค์รวมได้ชัดเจน บางครั้งโยคะบำบัดถูกจัดเป็นคอร์สระยะสั้นประมาณ 2 – 7 วัน แต่บางครั้งแม้วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะจะไม่ใช่เพื่อการบำบัดโดยตรง แต่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมก็จะได้ผ่อนคลายร่างกายและจิตใจไปเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะที่จัดสำหรับการบำบัด โดยเฉพาะ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวนมากได้กล่าวถึงการบำบัดร่างกายและจิตใจด้วยโยคะไว้ว่า

“ตอนไปเรียนคอร์สครูโยคะที่เชียงราย เราต้องตื่นเข้ามาตอนตี 4 ทุกวัน เพื่อขึ้นมาเห็นแสงสว่างจากพระศิ่วะ ก็แบบได้ทำความเคารพ ก็จะเป็นอารมณ์แบบเราไม่ได้อยู่ในที่ที่มีความวุ่นวายเหมือนในเมือง ตอนที่เราไปอยู่ตรงนั้นในสถานที่ที่มันใกล้ธรรมชาติ มันเป็นความผ่อนคลายเหมือนกับว่าเราไปพักผ่อน 10 วัน เพื่อไปชาร์จพลังงานหรือ Energy เพื่อให้กลับเข้ามาทำงานให้มีประสิทธิภาพ เป็นอะไรที่รู้สึกได้นะ” (ผู้ฝึกโยคะ 3)

2.1 สุขภาพกาย (Physical Health)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสุขภาพทางกายที่แข็งแรงสมบูรณ์ มีบางส่วนเข้าร่วมกิจกรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงโยคะ โดยมองโยคะเป็นการออกกำลังกายในแง่ของการเป็นตัวช่วยในการรักษาโรคที่เป็นอยู่ แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญว่าการท่องเที่ยวเชิงโยคะของเขานั้นเป็นกิจกรรมเพื่อให้เขามีสุขภาพที่แข็งแรงอย่างยั่งยืน โดยมองในแง่ของการป้องกันโรคที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละกลุ่มได้กล่าวว่า

“ด้านสุขภาพจะได้แข็งแรงเพิ่มขึ้น การฝึกลมหายใจจะช่วยให้ร่างกายปลอดโปร่ง และทำให้เข้าท่าทำได้ง่ายมากขึ้น ทำได้นานขึ้น และการฝึกลมหายใจแบบ pranayama จะช่วยเรื่องของการคิดที่ออกซ์ในร่างกายของเรา ทำให้รู้สึกสบายตัว นอนหลับสบาย” (ผู้ฝึกโยคะ 5)

“ผมมองว่ามันเป็นเรื่องของความสมดุลของสุขภาพองค์รวมของร่างกายเรา คือฝึกโยคะแบบไม่หนักมากเกินไป ไม่เบาเกินไป แล้วมันได้หลายๆส่วนของร่างกาย มันได้ทั้งความแข็งแรง และความยืดหยุ่นในขณะเดียวกัน มันเป็นองค์รวม เป็น ระบบของความสมดุล ใครๆก็ทำได้” (ผู้สอนโยคะ 2)

“ตอนที่เริ่มฝึกโยคะ ตอนเรียน ป.โท เพราะว่าสุขภาพไม่ดีค่ะ เป็นภูมิแพ้หนักมาก แพ้ทุกอย่างที่ไม่เคยแพ้ เช่น ฝุ่น ก็ทำให้ชีวิตประจำวันมีปัญหา เราก็เลยกลับมามองว่าไปหาหมอกี่แล้ว หมอกี่ให้กินยาแก้แพ้ แล้วสมองของเราก็จะเบลอๆ แล้วก็เรียนหนังสือไม่รู้เรื่อง เรบอกตัวเองว่า มันไม่ได้แล้ว เราต้องบำบัดร่างกายตัวเอง เพราะอายุแค่นี้เอง แต่ว่าเกิดอาการแบบเป็น โรคเรื้อรัง ที่หมอรักษาให้หายไม่ได้หรอก เลยมาศึกษา อ่านข้อมูลว่าเป็นภูมิแพ้รักษาอย่างไร ก็มาเจอว่ามันมีการฝึกโยคะ รักษาภูมิแพ้ได้ แล้วก็ไปหาข้อมูล ว่ามันมีการฝังเข็มที่ช่วยรักษาภูมิแพ้ได้ ดังนั้นเราก็เลยเริ่มทำการฝึกโยคะ ไปสมัครเป็นเมมเบอร์แล้วฝึกโยคะ อาทิตย์ละ 3 วัน จันทร์ พุธ ศุกร์ แล้วก็ฝังเข็มอาทิตย์ละวันตามคอร์สของหมอฝังเข็ม ควบคู่กันไปค่ะ แล้วก็ผลก็คือว่าจากที่ต้องกินยา แล้วต้องพกยาแก้แพ้ไปทุกที่ ก็ยังพกยาอยู่แต่ไม่ต้องกินแล้ว ... เรียกว่าหาย เรียกว่า 99 เปอร์เซ็นต์เลยดีกว่า” (ผู้สอนโยคะ 6)

นอกจากสุขภาพกายที่สมบูรณ์แข็งแรงที่จะได้รับแล้ว ผลพลอยได้อีกอย่างของการใช้โยคะเพื่อพัฒนาสุขภาพทางกาย คือ การที่ผู้ฝึกจะมีรูปร่างที่สวยงาม หน้าตาที่สดใส โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ว่า

“เมื่อก่อนพี่จะเป็นคนที่ เป็นภูมิแพ้ จะมีน้ำมูกตอนเช้า ตอนนี้ไม่เป็น แล้วปวดประจำเดือน ตอนนี้ไม่เป็นคือฝึกต่อเนื่องมายาวนาน อาการเหล่านี้ที่ไม่เป็นเลย แล้วผลพลอยได้ คือรูปร่างหน้าตา ที่ยังคงดูเด็ก ที่คนเขาบอกว่า หน้าตาไม่เคยเปลี่ยน พี่ว่าโยคะช่วยได้ สำหรับตัวเอง” (ผู้ฝึกโยคะ 7)

“บางคน เขาจะมาซูรื่องของการมีรูปร่างที่งดงาม การลดน้ำหนัก” (ผู้สอนโยคะ 2)

2.2 สุขภาพจิต (Mental Health) กับสุขภาวะทางจิตวิญญาณ (Spiritual Well-being)

สุขภาพทางจิตเป็นส่วนหนึ่งของสุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งปัจจัยนี้เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวถึงไม่น้อยกว่าสุขภาพทางกาย โยคะยังทำให้ผู้ฝึกสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีสติ พวกเขาได้อธิบายประโยชน์และผลเกี่ยวกับสมาธิ สติ และจิตใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมการทอ่งเทียวเชิงโยคะ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่า

“ปกติที่เป็นคนใจร้อน และเป็นคนค่อนข้างพูดตรง พูดแรง พอพี่มาเรียนโยคะ พี่รู้สึก ว่า พี่เหมือนหยุดคิดก่อน พูดเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสาร แต่คำพูดที่ใช้มันซอฟต์ลง ตรง นี้คือสิ่งที่พี่รู้สึกว่า พี่ได้จากโยคะจริง ๆ เราไม่ได้อยากทำตัวให้เป็นคนดีขึ้นหรอก แต่ แกรู้สึกว่ามันทำให้เราไม่ใจร้อน ประโยชน์ของมันไม่ใช่ประโยชน์จากภายนอกนะ มันเป็นประโยชน์จากตัวของเราเอง คือถ้าเราฝึกใจเย็นลง มองทุกอย่างเป็นเรื่องเล็ก ๆ เราจะไม่เครียด เราจะสบายใจ” (ผู้ฝึกโยคะ 4)

“โยคะ คือ เรื่องของการพัฒนาจิตใจ ความรู้สึก รู้สึกว่าใจเย็นขึ้น จากที่เมื่อก่อน พี่เป็นคน ไม่ชอบสวดมนต์ ก็เป็นอีกข้อดีเลย ที่พี่ได้จากโยคะคือการสวดมนต์ หลังจากพี่ไป เรียนครูกลับมาเมื่อเดือนธันวาคม ตั้งแต่กลับมาพี่ก็สวดมนต์ทุกคืนเลย คืนละ 108 รอบ ... มันก็เหมือนเป็นส่วนหนึ่งของหลักธรรมนะ ที่สอนให้ทุกคนเป็นคนดี ถ้าเกิดเราคิด สิ่งๆ ก็จะมีสิ่งๆเข้ามาในชีวิต คิดดี ทำดี มีความเมตตากับทุกคน ก็จะได้สิ่งๆกลับ เข้ามาในชีวิต นี่เป็นหลักที่เขาสอน เหมือนหลักพระพุทธศาสนาเลย” (ผู้ฝึกโยคะ 5)

“โยคะ ช่วยทั้งเรื่องร่างกาย เรื่องจิตวิญญาณจิตใจ แล้วรู้สึกว่า การฝึกโยคะทำให้เรามี เมตตา ต่อคนอื่นมากขึ้น มีเมตตากับคนรอบตัว มีใจรักเพื่อนร่วมโลกมากขึ้น พอเรา เย็นแล้ว ทุกคนฝึกโยคะ ทุกคนเย็นหมด โลกใบนี้มันก็เย็น ถ้าประเทศไทยทำได้” (ผู้ ฝึกโยคะ 9)

“โดยเนื้อแท้ของตัวหลักวิชาโยคะ มันคือ *Plain living / Simple living / High thinking* คือ การพัฒนาจิตใจให้มีคุณธรรม ให้มีความรักเพื่อนมนุษย์ มีความเสียสละ มีความ เมตตา กรุณาแบบพุทธศาสนา คือต้องการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ให้พ้นจากความทุกข์ ความเครียด ความกังวลใจ ความ โรคจิต โรคประสาท ... นอกจากสุขภาพที่ดีได้ คุณต้อง เป็นคนที่มีศีลธรรมอันดีงามด้วย คุณถึงจะมีสุขภาพที่ดี อายุยืนได้ เพราะว่าถ้าคุณ สุขภาพร่างกายดี แต่ว่าคุณเป็นคนไม่มีศีลธรรม คุณจะอายุสั้นนะ เพราะว่ามันจะมีทาง ศาสนา จะมีเรื่องผลกรรมที่เราทำไว้ จะตัดทอนชีวิตของเราด้วย อันนี้ก็ตรงกันทั้งฮินดู ทั้งพุทธ เพราะว่าจะมีพื้นฐานเรื่องศีล 5 ของพุทธของโยคะว่ามี “ยมะ นียมะ” และ อหิงสา สัตยา” (ผู้สอนโยคะ 10)

“มันทำให้คนหันมารักสุขภาพมากยิ่งขึ้น หันมาสนใจภายใน โยคะไม่ใช่เป็นการออกกำลังกายทั่วไป จริง ๆ เราไม่เรียกว่าการออกกำลังกาย โยคะ คือ องค์กรรวม รวมกาย รวมใจ เวลาฝึกโยคะแล้ว ไม่ได้แค่รักษาทำให้แข็งแรง แต่มันจะทำให้ใจของเรานิ่งสงบ สมดุล แต่เดี๋ยวนี้บางโรค มาจากความไม่สมดุลทางจิต ... ทำให้กายและจิตสมดุล ... เพราะฉะนั้น โยคะ ไม่ใช่แค่การบำบัด ชำระล้างร่างกาย แต่มันเข้าไปชำระล้างในจิต บางคนมีจิตได้สำนึกที่ไม่ดี เช่น บางคนมีใครมาจี๋โหว อุทานออกมาเยะเยะมากมาย แสดงว่าจิตได้สำนึกเขามันมีอะไรที่ควรจะต้องปลดปล่อย ล้าง และเอาออก ของการชำระ มันไม่มีศาสตร์ไหนเลย นอกจากโยคะที่จะชำระล้างจิตใจของคนได้” (ผู้สอน โยคะ 12)

2.3 สุขภาวะที่ดีทางสังคม (Social Well-being)

สุขภาวะที่ดีทางสังคม (Social Well-being) เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับคนในสังคม เช่น กลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มคนที่มีความสนใจแบบเดียวกัน โดยจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า พวกเขาให้ความสำคัญกับสุขภาวะที่ดีทางสังคมเช่นกัน โดยสุขภาวะที่ดีทางสังคมในแง่ของการเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือการพบเพื่อนใหม่ หรือเจอเพื่อนเก่า ที่มีความชอบ หรือความสนใจเกี่ยวกับโยคะ ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เพื่อพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่เราให้ความสนใจ ไม่เพียงแต่ตอนท่องเที่ยว แต่ความสัมพันธ์นี้ยังต่อเนื่องหลังจากการท่องเที่ยวจบลง เป็นการสร้างสุขภาวะที่ดีทางสังคมตามแนวคิดของสุขภาพองค์กรรวมอย่างครบถ้วน ซึ่งสุขภาวะที่ดีทางสังคมของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะสะท้อนออกมาในแง่ของแรงผลักดัน (Push Motivation) เกี่ยวกับการสร้างสังคม หรือชุมชนของคนที่มีความชื่นชอบเรื่องโยคะเหมือนกัน (Yoga Community) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยนี้ไว้ว่า

“เวลาไปท่องเที่ยว เราก็จะได้เจอกับเพื่อนอีกกลุ่ม เพราะว่าตอนที่เราไปคอยหลวง เชียงดาวเนี่ย เราไปแบบไม่ได้รู้จักใครเลย แล้วเหมือนแต่ละคนก็ไม่ได้รู้จักกัน เพราะไปเจอกันที่นั่น แล้วไปแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน บางคนก็เห็นเราทำทำไม่ได้ เขาก็จะแนะนำเรา เหมือนเราเห็นเขาทำไม่ได้ในทำนี่ หรือเข้าทำยังไม่สมบูรณ์แบบ เราก็แนะนำเขา คือต่างคนต่างแชร์ประสบการณ์กันอะค่ะ” (ผู้ฝึก โยคะ 2)

“ส่วนใหญ่เวลาครูไปก็คือไปเรียน ไปเทศกาลอร์ส แล้วก็ชอบจะไปเจอครูของเราบ้าง ไปแบบเหมือนไปหา จะไม่เชิงสร้างคอนเน็คชันแต่ไปปรับพลังงานของเขา ไปปรับพลังงานดีๆกลับมา แนวนั้น ครูจะเป็นแบบสายนั้น แบบว่าชอบไปเจอครูของเรา ชอบไปเจอ

คนที่แบบมีทัศนคติเหมือนกัน ชอบอะไรเหมือนกัน ก็จะไปเจอกัน มันเหมือนเป็นการสร้างชุมชนหรือสังคม (Community) นั้นแหละ” (ผู้สอน โยคะ 8)

“เราอยากไปเที่ยวด้วย ทำงานด้วย และอยากพานักเรียนผู้ฝึก หรือคนที่เรารู้จักกันไป ด้วย เหมือนกับไปเที่ยวด้วยกัน ร่างกายจะได้แข็งแรงไปด้วยกัน” (ผู้สอน โยคะ 9)

แก่นสาระที่ 3 รูปแบบของจุดหมายปลายทาง (Destination Landscape)

รูปแบบของจุดหมายปลายทางเป็นปัจจัยภายนอก หรือแรงดึง (Pull Motivation) ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของจุดหมายปลายทางที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงโยคะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นสำคัญคือ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ให้บริการสถานที่พักที่จุดหมายปลายทาง

3.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Resource)

ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเป็นปัจจัยเกี่ยวภายนอก หรือแรงดึง (Pull Motivations) ที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงโยคะของนักท่องเที่ยวโยคะ สำหรับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยนับเป็นหนึ่งความได้เปรียบที่สำคัญ เนื่องจากมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวนหลายรายให้ความสำคัญกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ส่วนหนึ่งที่สำคัญ คือ ประเทศไทยตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีสภาพภูมิอากาศแบบร้อนชื้น ทำให้ประเทศไทยอบอุ่นเกือบตลอดทั้งปี เหมาะกับการฝึกโยคะ เช่น การไหว้พระอาทิตย์ (สุริยา นมัสการ) ในช่วงเช้ามืดก่อนพระอาทิตย์ขึ้น หรือช่วงเย็นก่อนพระอาทิตย์ตก ยิ่งไปกว่านั้นลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเองก็ยังมีเฉพาะเจาะจงกับรูปแบบการฝึกโยคะ เช่น ภูมิประเทศแบบป่าและภูเขาทางภาคเหนือของประเทศไทยจะเหมาะกับการฝึกสมาธิ หรือ ปรานายามะ หากเป็นภูมิประเทศแบบชายหาด หรือทะเลจะเหมาะกับการฝึกท่าทางที่เน้นพลัง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะส่วนหนึ่งมาจากลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้ชิดธรรมชาติเป็นลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวว่า

“ที่เป็นคนที่ไม่ชอบเล่นในสตูดิโอที่มีแอร์ เพราะเราควรจะได้รับอากาศจริง ๆ ก็ไปเรื่อย ๆ หลายๆ ที่ ส่วนมากจะชอบที่โล่งๆ และเปิดหน้าต่าง ตอนนั้นช่วงก่อนก็จะชอบ Make Friend เพราะว่าเขาเป็นแบบ Open Air ชอบมาก และห้องโล่งๆ ใหญ่ๆ ไม่ชอบ

แอร์ อี๊ดอัด อย่างที่บอกว่าโยคะ มันต้องรับลมธรรมชาติ ... สถานที่ที่น่าสนใจ เช่น บางทีก็มีดูเหมือนกันนะ ถ้าหัวหิน หรือที่ไหนที่เล่นริมทะเลใหม่ คือสิ่งสำคัญ ไม่ว่าจะไปที่ไหน ก็ต้องขอ Open Air เป็นจุดมุ่งหมายหลัก อันนี้เพื่อโยคะเพื่อการท่องเที่ยวใช่ไหมคะ บอกเลยว่าต้องเป็น Open Air พื้นที่กว้าง ถ้าจะไป ต้อง Open Air ธรรมชาติที่สุด ในโรงแรมไม่เอา” (ผู้ฝึกโยคะ 8)

“สมมติล่าสุดที่พี่ไปเชียงใหม่ใช่ไหม มันก็จะมีพื้นที่ออกไปข้างนอกแล้วก็เห็นวิว ก็เลยจะออกไปเล่นตรงทุ่งหญ้าข้างนอก นอกห้อง” (ผู้สอนโยคะ 7)

“สถานที่ตรงนี้นั้นจะแบบเปิดโล่ง มีการถ่ายเทอากาศดี (Flow) จะได้ยินไปถึงเสียงนกเสียงธรรมชาติ เสียงป่า แต่ด้วยความได้เปรียบตรงว่าอยู่ห่างจากอุทยานไม่มาก ก็ห่างพอที่มันจะเงียบ อยู่ที่สูง มันก็เลยเด่น บางทีลูกค้าไม่ฝึกแต่อยากจะมาดูวิวก็มี... หน้าจะหันเข้าหาภูเขา แล้วก็เห็นพระอาทิตย์ลงระหว่างภูเขาแบบนั้นเลย พอฝึกไป เรื่อยทำนกรบ 1 แล้วหน้าเธอก็มองออกไปด้านนอก เธอก็เห็นพระอาทิตย์กำลังตก แล้วแบบฝึกไป พระอาทิตย์ที่มันกำลังตก มันก็เปลี่ยนสี ใจ ก็เหมือนเวลาเราดูพระอาทิตย์ตกในทะเล มันก็จะแบบเปลี่ยนสี ก็เริ่มลง เริ่มเปลี่ยน อันนี้คือด้วยความที่ว่ามันตกกลางหุบเขาไป แล้วศาลาที่ ก็คือจะเป็นแบบเหมือนเป็นภูเขา 2 ลูกชนกัน แล้วก็พระอาทิตย์มันตกลงตรงกลางพอดี นึกออกหรือเปล่า มันจะได้รับพลังงาน ได้รับพลังงานที่แบบมันดีมากเลย” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5)

“หลักของเราจะเป็นจุดหมายปลายทางประเภทรีสอร์ท (Resort Destinations) จะเป็นพวกวิวชายทะเลที่เป็นจุดขาย เวลาชาวต่างประเทศเดินทางมา ก็จะมาพักผ่อน มานอนดูชายหาด อ่านหนังสือ เรื่องพวกนี้เป็นศักยภาพหลักของเราเลย แม้แต่โยคะเอง ที่ที่เคี่ยะเคี่ยะ นอกจากที่ฝึกกันอยู่ในอาคารแล้ว บางทีเขาก็มาจัดอยู่ชายทะเลก็มีนะ คือพูดง่ายๆว่าเอาโยคะมาประยุกต์เข้ากับจุดเด่นที่เรามีอยู่ ก็คือแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 11)

ส่วนประกอบที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีความน่าสนใจสำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงโยคะ นอกเหนือจากความสวยงามของธรรมชาติ คือ อากาศที่สะอาดบริสุทธิ์ พลังงานจากความอบอุ่น และแสงอาทิตย์ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่า

“อากาศที่บริสุทธิ์ เราต้องใช้ออกซิเจนสูบเข้าไปในร่างกายเราเยอะ ถ้าเราเจออากาศที่สะอาดบริสุทธิ์ และมีธรรมชาติที่ดี การฝึกมันจะเสริมในเรื่องของการดึงออกซิเจนเข้าสู่ร่างกาย” (ผู้เรียนโยคะ 6)

“ผมจะเลือกพื้นที่อากาศบริสุทธิ์ ไม่พลุกพล่าน ใกล้กับที่ท่องเที่ยว” (ผู้สอนโยคะ 3)

“สำหรับที่อยู่ที่ยอร์มันนะคะ ทุกคนบอกเลยว่า เมื่อไหร่จะเปิดประเทศสักที อยากไปเมืองไทย เพราะเมืองไทยอากาศดีมาก ร้อนนิดนึงเหมาะกับโยคะ” (ผู้สอน โยคะ 4)

ยิ่งไปกว่านั้นลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ยังมีความสอดคล้องกับรูปแบบของโยคะที่จัดสอน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้สอนโยคะ 7 กล่าวไว้ว่า

“ถ้าต้องการฝึกสไตร์หนักมาก แนวที่มีพลัง สถานที่อาจจะต้องเป็นชายหาดเป็นทะเล เพราะมันมีพลัง ถ้าจากแนวจะต้องมีการทำสมาธิ (Meditation) แนวที่จะต้องมีการฝึกปรายามะ สถานที่อาจจะเป็นภูเขา น้ำตก เจียบ” (ผู้สอน โยคะ 7)

บางครั้งการจัดการท่องเที่ยวหรืองานเกี่ยวกับโยคะในกรุงเทพมหานครก็มีข้อจำกัดเกี่ยวกับสถานที่จัดงานที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ เช่น สวนสาธารณะ เนื่องจากรัฐบาลมีข้อจำกัดเรื่องการจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วม คือ ทางผู้จัดงานไม่สามารถจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมกิจกรรมได้ ทำให้งานท่องเที่ยวเชิงโยคะบางงานไม่สามารถจัดขึ้นได้ เนื่องจากทางผู้จัดงานไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายในการจัดงานแต่เพียงผู้เดียวได้ ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9 ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“สวนลุม (สวนลุมพินี คือ เป็นสวนสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย ตั้งอยู่บนถนนพระรามที่ 4 กรุงเทพมหานคร) รัฐบาลบอกว่า เรื่องเต็นท์สำหรับจัดงานจะจัดการให้ทั้งหมด ให้ใช้สถานที่ได้ แต่เขามีกฎระเบียบบอกว่า ถ้าเป็นงานลักษณะนี้ต้องไม่เก็บค่าเช่า ต้องให้เข้าฟรี เป็นลักษณะที่เขาทำกันกับ ทาง ททท. แต่เราไม่สามารถทำได้ เพราะเราต้องลงทุน เรามีค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายชำระ ค่าตัวเครื่องบิน ค่าเอนด์ อย่างนี้มันไม่ได้ไงคะ มันเลยไปยาก” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9)

3.2 ความพร้อมของจุดหมายปลายทาง (Destination Readiness)

สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) เป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กล่าวถึงค่อนข้างมาก นับเป็นส่วนเสริมจากลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในส่วนแรก โดยสิ่งอำนวยความสะดวกนี้ ได้แก่ ห้องประชุม และอุปกรณ์การสอน เพราะการท่องเที่ยวเชิงโยคะมักประกอบด้วยการบินบรยากาศเชิงทฤษฎีในช่วงกลางวัน สื่อวิทัศน์ที่ใช้ในการสอนจึงควรมีสถานที่และอุปกรณ์รองรับ หรืออาจจะเป็นพื้นที่ในแง่ของการจัดกิจกรรมภาคปฏิบัติซึ่งอาจเป็นพื้นที่ของที่พักหรือบริเวณใกล้เคียงกับที่พักก็เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งย่อนไปกว่ากัน

“ถ้าเป็นคอร์สที่เป็นวิชาการ ต้องมีนะ จะเป็นบ้านพักเลย ๆ ไม่ได้เด็ดขาด เพราะมันจะต้องมีการเข้าไปละลายพฤติกรรมในนั้น จะต้องมีการพูดคุย มีนั่งเรียน เปิดสไลด์ ดังนั้นจำเป็นต้องมีห้องประชุมอย่างยิ่ง ขาดไม่ได้ ถ้าที่ไหนไม่มีห้องประชุม เราจะต้องถูก

ตัดทิ้ง อย่างไม่มีรีรอ คือตัดทิ้ง 100% มันไม่ได้ มันต้องเป็นองค์ประกอบเพราะว่าไป มันต้องมีการเรียน มีเลเซอร์น้อยหรือมากแล้วแต่ แต่ต้องมี” (ผู้สอน โยคะ 3)

“หลังจากเราพาฝึกโยคะตอนเช้าเสร็จแล้ว ที่รีสอร์ทจะมีห้องประชุมหรือห้องโถง เรา จะบรรยาย 1 ชั่วโมง ให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับศาสตร์โยคะ โดยจะมี Power Point เพื่อ ฉายภาพประกอบการบรรยาย ให้เขาเข้าใจว่า การทำโยคะในการดูแลสุขภาพแบบองค์ รวมทำอย่างไรบ้าง และหลังจากนั้นก็จะมีทำต่าง ๆ และอธิบายให้ฟังต่ออีก 1 ชม. สอนภาคทฤษฎี 1 ชม. ภาคปฏิบัติ 1 ชม. ... ดังนั้น สถานที่จัดจะต้องมีสถานที่ ให้เราไว้ ฉายภาพ Power Point สำหรับการเรียนการสอนได้ รวมทั้งต้องมีสถานที่กว้างเพียงพอ สำหรับคนประมาณ 30 - 50 คน แต่ส่วนใหญ่ให้ได้ผลก็ 30 คน” (ผู้สอน โยคะ 10)

ในกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีผู้ฝึกโยคะหลายจำนวน 1 คน ซึ่งโยคะหลายเป็นโยคะ ประยุกต์ โดยใช้เปลเป็นอุปกรณ์ในการฝึกแบบไร้แรงโน้มถ่วง (Anti-Gravity) โดยที่เปลนั้นจะ แขนงกับฐานยึดอีกต่อหนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงโยคะสำหรับผู้ฝึกโยคะหลายจึงทำได้ค่อนข้างยากเมื่อ เทียบกับโยคะแบบดั้งเดิมที่ฝึกบนเสื่อโยคะเป็นหลัก แต่ทั้งนี้ก็มีหลายรีสอร์ทในประเทศที่เตรียมสิ่ง อำนวยความสะดวก เช่น ฐานยึดสำหรับแขวนเปล ไว้สำหรับนักท่องเที่ยว โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญราย นี้ ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งเที่ยวในกรณีนี้ไว้ว่า

“โรงแรมนี้ถ้าจัด โยคะหลาย คือ สถานที่พร้อมมาก แต่อุปกรณ์พวกผ้า พวกห่วง พวก ครูที่สอนต้องเตรียมไป สถานที่จะมีเบาะปู เสื่อโยคะมีให้ มีบล็อกลโยคะให้ เราเตรียม ผ้าเปลกับห่วงหลายๆ ในส่วนที่จัดตรงส่วนของโรงแรม ในส่วนของหน้าผา หรือส่วน ของริมทะเล ในส่วนของการปีนเขา จะมีคนไปติดต่อเจ้าหน้าที่อุทยาน แล้วเขาจะมี พวกครูที่สอนปีนหน้าผา ปีนเขา ปีนขึ้นไปแขวนอุปกรณ์ให้” (ผู้ฝึกโยคะ 10)

นอกจากในแง่สิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับโยคะของแหล่ง ท่องเที่ยวแล้ว ปัจจัยด้านความเพียงพอของที่พักรักก็เป็นประเด็นสำคัญ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่ม ของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9 ที่เป็นหน่วยงานเอกชน ผู้จัดงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโยคะที่ใหญ่ที่สุด ในประเทศไทย มีความกังวลเกี่ยวกับประเด็นนี้ค่อนข้างมาก เนื่องจากงานที่เขาจัดเป็นงานที่มีขนาดใหญ่ ต้องรองรับนักท่องเที่ยวเชิงโยคะจากทั่วโลก แต่โรงแรมหรือที่พักที่ให้ความร่วมมือค่อนข้างมี จำกัด ทำให้ไม่สามารถขยายขนาดของงานที่จัดให้ใหญ่ขึ้นเหมือนกับต่างประเทศ เช่น บาฮาลี ได้ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายนี้ ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“ที่ต้องได้รับความร่วมมือจาก โรงแรม ซึ่ง โรงแรมภาคเมืองไทยยังไม่ได้รับความ ร่วมมือ ของที่บาฮาลีเขาจะร่วมมือหมดเลย เขาสามารถเอามาได้ 10 - 20 โรงแรมทีเดียว

แล้วโรงแรมเขาก็ให้ข้อมูลกัน แต่เมืองไทยเขาไม่ยอม เขาจะให้ที่ซื้อห้องไว้ทั้งหมด ซึ่งมันเป็นไปไม่ได้ ที่ทำงานอย่างนี้ไม่ได้ไง” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9)

ในส่วนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในกลุ่มของโรงเรียน โยคะก็มีข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยวเชิงโยคะเช่นกัน สำหรับภาคเหนือ โรงเรียนจะมีลักษณะเป็นศาลาโยคะมีทั้งอาคารสำหรับฝึกโยคะ และห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวโยคะที่เดินทางมาเรียน เนื่องด้วยพื้นที่ขนาดจำกัด ทำให้มีห้องพักที่ให้บริการมีไม่มากนัก จำนวนนักเรียนที่รับได้ต่อการเรียน 1 คลาส ซึ่งใช้เวลาเรียนตั้งแต่ 1 สัปดาห์ไปจนถึง 1 เดือน ถูกจำกัดด้วยปริมาณห้องพักที่พร้อมให้บริการ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“สำหรับโรงเรียนของครู ห้องฝึกโยคะ เราจะรับนักเรียนได้ประมาณเกือบ 100 ท่านคะ เพราะห้องฝึกโยคะเราก่อนข้างกว้าง แต่ห้องพักของเราก็จะรับนักเรียนได้จำนวนจำกัด เพราะว่ามีห้องพักอยู่ 9 ห้องคะ เลยรับนักเรียนได้ประมาณไม่เกิน 20 คนคะ” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 1)

3.3 ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

นอกจากลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของจุดหมายปลายทางแล้ว ความเป็นส่วนตัวของสถานที่จัดการท่องเที่ยวเชิงโยคะนั้น ก็เป็นปัจจัยด้านแรงดึง (Pull Motivation) ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม กล่าวถึงเช่นกัน จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเชิงโยคะจะเลือกแหล่งที่จัดการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ในสถานที่ที่ค่อนข้างเงียบสงบ มีความเป็นส่วนตัวสูง เพื่อส่งเสริมการฝึกโยคะเพื่อเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาพจิตของตน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวไว้ว่า

“ที่คิดว่าสถานที่ที่สงบเงียบ และสวยงาม ก็จะทำให้จิตใจของเราสงบ มันดีกว่าการฝึกในสตูดิโอ” (ผู้ฝึกโยคะ 6)

“ถ้าพูดถึงเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ก็ต้องสถานที่ก่อนเลย ว่าต้องสวย เงียบสงบ ต้องเน้นสวย เพราะว่ายิ่งไงทุกคนต้องอยากได้รูปตอนที่เรามาทำใช้ใหม่ ทุกคนจะต้องแบบมีลง Facebook หรือลง IG ก็ต้องหาที่สวยแล้วก็เงียบสงบ” (ผู้สอนโยคะ 7)

“ถ้าผมจัดปราคณยามระหว่างพักกับสถานที่ที่เลยออกไปนิดนึง เช่น สัตหีบ สัตหีบเงียบกว่า ผมก็ต้องเลือกไปสัตหีบ ยิ่งไงคนที่มาก็ต้องขับรถอีก 30 กิโลเมตร ไปที่สัตหีบ” (ผู้สอนโยคะ 11)

“เราดูสถานที่ก่อนว่า ที่ไหนดี แล้วก็มาจัดกัน โรงแรมนั้นจะต้องมีส่วนของโซนที่เป็นทะเล ทะเลส่วนตัวที่ไม่มีใครมารบกวน พยายามอย่าให้ใครมาแอบถ่ายรูปเยอะ เพราะ

จะทำให้เราเสียสมาธิ หรือเป็นห้องที่บรรยากาศดี อาจจะไม่ต้องติดกับทะเล เป็นห้องที่เงียบสงบ เพื่อให้เราจัดกิจกรรม โดยที่ไม่ต้องถูกรบกวน และยังอยู่ในบรรยากาศที่ดี” (ผู้สอน โยคะ 12)

3.4 การเข้าถึง (Accessibility)

การคมนาคมขนส่งเป็นอีกปัจจัยด้านแรงดึงที่ส่งผลโดยตรงกับการเลือกสถานที่ของเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามกลุ่มได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการคมนาคมขนส่งไว้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่กลุ่มผู้ฝึก และผู้สอน โยคะจะตัดสินใจเลือกไปร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับโยคะนั้น ต้องเป็นสถานที่ที่มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก ใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่มากนัก โดยมากจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกลจากจังหวัดที่พักอาศัยของเขานัก หากเป็นงานที่ไกลจากที่พัก จำเป็นต้องมีการคมนาคมขนส่ง เช่น สายการบิน หรือ การขนส่งทางบก ที่สนับสนุนเพื่อลดระยะเวลาการเดินทางให้ไม่นานมากจนเกินไป ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นผู้จัดงานท่องเที่ยวเชิงโยคะ ว่าเขามักจะคำนึงถึงวิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยว ผู้ที่จะเข้าร่วมงานด้วยเช่นกัน

โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการเดินทางสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะในกรณีที่เขาสามารถเลือกเพื่อกิจกรรมเชิงโยคะนั้นได้

“ที่ชอบเดินทางไม่ไกลกรุงเทพฯ เพราะบางทีเดินทางไกล มันเหนื่อยมากเกินไป แล้วก็ต้องเสียค่าเดินทางเยอะ ถ้ามีเงินเยอะๆ แล้วก็เวลามากๆ ก็คงไม่เป็นอะไรถ้าอยากไปไกลๆ” (ผู้ฝึกโยคะ 1)

“แหล่งท่องเที่ยวตรงภาคกลางนี้แหละ จะได้รับความนิยมบ้างเหมือนกัน เพราะว่าไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เดินทางค่อนข้างสะดวก” (ผู้สอน โยคะ 2)

“สำหรับที่ขอเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ที่คิดจะชอบไปเกาะกูด เพราะว่ามันไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ... ชอบที่เกาะกูดมากกว่า เพราะว่าไม่แพงเกินไป ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เพื่อนส่วนมากที่ไปด้วยกันก็จะอยู่กรุงเทพฯ” (ผู้สอน โยคะ 4)

อีกกรณี คือ กรณีที่กิจกรรมเกี่ยวกับโยคะนั้นจัดในแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องใช้ระยะเวลาการเดินทางค่อนข้างนาน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นที่น่าสนใจ หากต้องเดินทางหรือจัดงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะในแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลไว้ว่า

“ในกรณีที่ไปไกล ต้องมีสนามบินไปถึง และสะดวกในการต่อรถ แต่การขึ้นเขาลงห้วยไม่มีปัญหา แต่ขอว่าระยะทางจากกรุงเทพฯ ไปในจุดนั้น ยังต้องมีความสะดวกเพียงพอ

เช่น จะไปจัดที่สงขลา นอกตัวเมืองหาดใหญ่ จะลงไปทางใต้ แล้วสถานที่อยู่บนเขา แต่จากกรุงเทพฯต้องบินไปลงที่หาดใหญ่ แล้วไปต่อจากหาดใหญ่ 2 - 3 ชั่วโมง จะขึ้นเขาลงห้วยอะไรก็แล้วแต่ อันนั้นไม่ใช่จุดสำคัญนัก เพราะฉะนั้นจุดระยะเวลาจุดเริ่มต้นกับจุดที่จะไป มันจะมีเรื่องของการเดินทาง เรื่องของสายการบิน ... ถ้าขับรถจากกรุงเทพฯไป ผมคิดว่าควรจะเกิน 3 - 4 ชั่วโมง แต่ถ้าเกิน มันจำเป็นต้องมีการเดินทางที่ช่วยตัดระยะเวลา” (ผู้สอน โยคะ 11)

“พี่จะดูเรื่องการเดินทางด้วยค่ะ ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปได้ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ถ้าคนไทยไม่ต้องห่วงไปได้อยู่แล้ว พี่คิดว่าสายการบินนั้น มีบินตรงไปที่ไหนบ้าง เช่น เชียงไฮ้ถึงที่กระบี่ ปักกิ่งถึงกระบี่ กรุงโซลถึงกระบี่ เราดูฐานลูกค้าเราเป็นหลักด้วย ว่ากลุ่มเราเป็นใคร ... อีกอย่างดูตรงที่ตรงนั้นว่าจากสนามบิน มีบริษัทอะไร ที่สามารถเหมาลำ พาคนของเราได้บ้าง แพคเกจของพี่จะเป็นแบบว่าพอเขาลงเครื่องแล้ว จะมีคนชูป้ายรอรับ แล้วเขาก็แค่ขึ้นรถเพื่อมาส่งที่โรงแรมเลย พี่รับนักท่องเที่ยวอย่างนี้เลยนะคะ ฉะนั้น ต้องเป็นจังหวัดที่เรื่องของการเดินทาง คมนาคม หรือธุรกิจค่อนข้างจะดีนิดนึง เช่น มีสายการบินนานาชาติ มีบริษัทที่เราสามารถคุยกันได้ แล้วโคกันได้” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9)

“ลูกค้าที่เดินทางมาแหล่งฝึกโยคะของรีสอร์ทเรา ทำได้ค่อนข้างสะดวก เพราะถ้าเกิดลูกค้าสามารถลงที่สุวรรณภูมิ เราจะมีรถไปรับที่สนามบินเลย หลังจากนั้นเวลาเดินทางจากสุวรรณภูมิก็ขึ้นทางด่วนมาได้เลย มาลงที่ถนนพระราม 2 แล้ววิ่งยาวมาที่หัวหินเลย และการเดินทางเลยไม่ได้ยุ่งยากอะไร ใช้เวลาไม่เกิน 3 ชั่วโมง แต่หากลูกค้าบางคนมาด้วยเครื่องบินส่วนตัว ที่นี้ก็มีสนามบินให้ลงจอด หลังจากลงที่สนามบินแล้ว จะมีรถลีมูซีนไปรับจากสนามบินมาที่รีสอร์ท ใช้เวลาเดินทางไม่น่าจะเกิน 20 นาทีครับ” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 10)

แก่นสาระที่ 4 การให้ความรู้เกี่ยวกับโยคะ (Yoga Knowledge)

ในปัจจุบันยังมีคนไทยจำนวนมากที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับโยคะที่ยังไม่ถูกต้องนัก มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลายรายกล่าวว่าคนไทยมักคิดว่าคนที่ฝึกโยคะจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นดี คนที่ฝึกโยคะเก่งคือคนที่สามารถทำท่าโยคะที่มีความพิสดารยาก ๆ ได้ บ้างก็มองว่าโยคะเป็นเพียงการออกกำลังกาย ทั้งที่จริง ๆ แล้วโยคะคือรูปแบบของการใช้ชีวิตด้านจิตวิญญาณ คล้ายกับพระพุทธศาสนา จึงมีเรื่องของปรัชญา และแนวคิดต่าง ๆ เข้ามาเสริม

“หลายคนคิดว่าโยคะ ต้องตัวอ่อน ๆ ถึงจะฝึกโยคะได้ ต้องคนตัวอ่อนเท่านั้น คนตัวแข็งแรงฝึกไม่ได้ ฝึกโยคะต้องทำยาก ๆ ให้ได้ ซึ่งจริง ๆ แล้วมันไม่ใช่เลย ... การฝึกโยคะจะเน้นสมาธิและลมหายใจ ไม่ใช่อาสนะ อาสนะเป็นแค่ส่วนหนึ่งของการฝึกโยคะเท่านั้น แต่ไม่ใช่เหตุผลหลัก มันเป็นแค่ 1 ในไตรลักษณ์ 8 ของโยคะ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ สมาธิต่างหาก เหมือนกับหลักของพระพุทธเจ้า หลักของศาสนาพุทธ ว่า การฝึกสมาธิเป็น จุดสูงสุดของการฝึกโยคะ ไม่ใช่อาสนะ ฉะนั้นคนคิดว่า ยังมีอีกเยอะมากค่ะ ที่คิดว่าฝึกโยคะแล้วต้องทำท่าตัวอ่อนมากๆ แล้วต้องทำท่ายากให้ได้ ถึงจะเป็น โยคะ ซึ่งจริง ๆ แล้วไม่ใช่เลย” (ผู้สอน โยคะ 1)

“คนไทยโดยส่วนมากจะคิดว่าโยคะคือการออกกำลังกาย แต่ว่าถ้าเป็นคนต่างชาติ เขาจะรู้ว่าศาสตร์โยคะ ไม่ใช่แค่เรื่องของการออกกำลังกาย มันเป็นเรื่องรวมทุกอย่างทั้ง จิต วิญญาณ สมาธิ หรือทุกอย่างเลย แต่คนไทยส่วนมากจะมองแค่แบบ โปสท่าสวย เพราะจริงๆ แล้วไม่ใช่แบบนั้น แต่ถ้าเป็นชาวต่างชาติ เขาจะเข้าใจแก่นแท้ของโยคะ แต่คนไทยส่วนมากยังไม่เข้าใจ” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 1)

“ตอนครูอยู่แคนาดา เขาจะสนใจเรื่องปรัชญา เรื่องการฝึกทางจิตวิญญาณ (Spiritual practice) มาก่อนข้างนาน ต่างชาติเขาจะหิวโหยตรงนี้มาก ... ตอนนี้อยู่ยังเห็นว่า ครูคนไทยยังไม่สามารถสอนปรัชญาให้กับต่างชาติได้ เพราะว่าตอนนี้ปรัชญาของพวกโยคะส่วนมากเนื้อหาจะมาจากภาษาอังกฤษอย่างเดียว ยังไม่ค่อยมีใครออกมาพูดเรื่องนี้ หรือออกมาสอนปรัชญาในภาคภาษาไทยมาก ” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3)

แก่นสาระที่ 5 การเพิ่มแรงดึงของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

อย่างที่ทราบกันดีว่าศาสตร์ของโยคะมีต้นกำเนิดมาจากอินเดีย จึงมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลายรายกล่าวว่า หากประเทศไทยจะเข้าไปแข่งขันในตลาดของการท่องเที่ยวเชิงโยคะด้วยการชูจุดเด่นเรื่องความดั้งเดิมอาจไม่ใช่ความคิดที่ดีนัก เนื่องจากโยคะนั้นไม่ได้ถือกำเนิดจากประเทศไทย นอกจากลักษณะของจุดหมายปลายทางที่มีความโดดเด่นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยแล้ว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญก็ยังกล่าวถึงกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอื่นๆ เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดให้กับการท่องเที่ยวเชิงผสมผสาน

ตัวแทนจากหน่วยงานการท่องเที่ยว หรือ ผู้มีส่วนได้ส่วน 11 ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยว่าพลังการดึงดูดของเมืองไทยอาจยังไม่เพียงพอใน

ปัจจุบัน การผนวกโยคะเข้ากับจุดเด่น หรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยนำเสนออยู่ในปัจจุบัน น่าจะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยเติบโตได้ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวว่า

“พี่ว่าการท่องเที่ยวเชิงโยคะมันสามารถผลักดันได้ แต่ยังไม่ถึงกับเป็นแม่เหล็กเท่านั้นเอง อนาคตก็ยังไม่ทราบ เพราะยังไม่เห็นแนวโน้มที่ชัดเจน อีก 10 ปี ยังตอบไม่ได้ ... คงยังไม่ถึงขนาดอินเดีย คือถ้ามันเป็นแม่เหล็กเมื่อไหร่ มันจะมี Request มาจากหลายที่ แต่ถ้าเกิดมันยังไม่เป็นแม่เหล็ก ทาง ททท. อาจจะประชาสัมพันธ์ว่า คุณมาที่นี้สิ เรามีตัวเรื่อง โยคะผสมเข้าไปด้วย คุณ โอเคไหม ถ้าโอเค เราก็จะผนวกเข้าไปด้วย เรื่องโยคะคิดว่าน่าจะเป็นแนวเสนอมากกว่า ... ถ้าผลักดันในระดับแค่เป็นตัวผนวกนะ ไม่ได้เป็นตัวแม่เหล็กนะ พวกนี้เราก็พยายามให้มีสถานที่ ปฏิบัติเรื่องโยคะ แล้วก็ใส่กิมมิกเข้าไป เช่น กิมมิกบนทะเล กิมมิกบนป่าเขา กิมมิกสูดอากาศบริสุทธิ์ อะไรก็แล้วแต่เข้าไป ผนวกเข้ากับรายการนำเที่ยวที่ขายอยู่ อันนี้ก็จะป็นอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งอันนี้คิดว่าทำได้ง่ายและไม่ยากเกินไป”

โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามกลุ่มได้กล่าวถึงปัจจัยที่อาจช่วยผนวก หรือใช้เป็นตัวเสริมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะเพื่อเพิ่มพลังของการดึง (Pull Motivations) ไว้หลายประเด็น ดังนี้

5.1 กิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promote Activities)

นอกจากโยคะแล้ว ยังมีกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพอีกหลายอย่างที่ถูกลกล่าวถึง เช่น การทำสปา การนวดแผนไทย หรือกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่ ยกตัวอย่างเช่น Ecstatic Dance และ Sound Healing เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการเอกชนที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงโยคะหลายแห่งก็นำความรู้ หรือภูมิปัญญาเหล่านี้มาใช้เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่า

“ตอนนี้เหมือนถ้าเกิดพูดถึงที่นี่ก็จะเป็น Ecstatic Dance ซึ่งเป็น Movement Meditation หรือ การทำสมาธิแบบเคลื่อนไหว อีกอย่างหนึ่ง ก็บางคนที่นั่งสมาธิไม่ได้ หรือสิ่งนี้เป็นเทคนิคอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เป็นเหมือนการเดินทางเข้าไปหาตัวเอง ซึ่งมันอาจจะคล้ายกับการเดินจงกรม เพราะว่าเดินจงกรมก็เป็นการเคลื่อนไหวนะ แต่ตัว Ecstatic Dance จะเคลื่อนไหวคล้ายๆกับการเต้น เป็นการขยับร่างกายไปกับเสียงเพลง ที่นี้นั่นก็เลยได้รับการตอบรับมาก เพราะเข้าถึงได้ง่ายกว่า” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4)

“ที่นี้จะมีฝึก โยคะ แล้วครูก็จะทำตัว Sound Healing ไปด้วย ... หลักฝึกเสร็จ ครูจะใช้ Singing Bowl ตีบนหน้าอก หรือตีบนท้อง แล้วก็เคาะ แล้วตัวของชั้นจะส่งแรงสั่น (Vibration) ไปตามจุดต่าง ๆ ของร่างกาย พอเวลาทำให้นักเรียนแต่ละคนเสร็จก็จะ

การส่งพลังงานที่ไม่ดี (Bad Energy) เอาออกจากระบบร่างกายของคนนั้น (System) แต่
 ละครคนมันก็จะมีการตอบสนอง (Reaction) ไม่เหมือนกัน” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5)

“สำหรับในงานที่พีจัด นอกเหนือจากโยคะแล้ว จะมีเรื่องของการเรียนนวดไทย Yoga
 Boxing ที่รวบรวมผสมผสาน แล้วก็มีก็นำเอากิจกรรมอื่น ๆ มาเสริม แต่ส่วนใหญ่จะ
 เน้น โยคะที่ 90 เปอร์เซ็นต์ ทำให้งานของเราได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจากทั่ว
 โลกเป็นอย่างมาก” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9)

“ในส่วนของ Wellness ของเราจะประกอบไปด้วย 6 รูปแบบการบำบัด ประกอบไป
 ด้วย รูปแบบที่ 1 เรื่องฟิตเนส รูปแบบที่ 2 แผนกกายภาพบำบัด (Physiotherapy)
 รูปแบบที่ 3 สปา รูปแบบที่ 4 เราจะมีเป็นศาสตร์เรื่องความสวยความงาม (Aesthetic)
 รูปแบบที่ 5 เรื่องการสมคูลภายในร่างกาย (Holistic) จะเป็นเชิงบำบัด และรูปแบบที่ 6
 อาหาร (Nutrition) เพราะฉะนั้น 6 ตัวนี้จะเป็นตัวขับเคลื่อนเหมือนกับว่าให้ริสอร์ตเรา
 มีความแตกต่าง ... โดยโยคะจะอยู่ในส่วนของฟิตเนส ... มีโปรแกรมเฉพาะเรียกว่า
 Yoga for Life” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 10)

5.2 ภูมิปัญญาไทย (Thai Knowhow)

ภูมิปัญญาไทยเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้สัมภาษณ์ว่าสามารถเป็นจุดเด่น
 ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยได้ โดยภูมิปัญญาไทยที่ถูกกล่าวถึงได้แก่ การนวดไทย และ
 สมุนไพรไทย รวมถึงกิจกรรมเช่นการแช่เท้าสมุนไพร เป็นต้น ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่า

“กิจกรรมของคนที่ขาดไม่ได้แน่นอนว่าต้องฝึกโยคะ ... ถ้าไปลำบากก็ต้องมีการแช่เท้า
 สมุนไพรบ้าง” (ผู้สอนโยคะ 3)

“เวลาเราฝึกโยคะเหนื่อยๆ เราสามารถไปนวดไทย หรือนวดสปาได้เลย แล้วเราก็
 สามารถใช้ตัวลูกประคบ ประคบร่างกายจะดีมากเลย ซึ่งลูกประคบก็เป็นของไทย มันมี
 สมุนไพรในนั้นเยอะเลย มันโอเคมากค่ะ ประเทศไทยมีข้อดีเลย เรื่องสมุนไพร”
 (ผู้สอนโยคะ 4)

“การนวด ของเราเองก็สามารถผลักดันควบคู่กันให้เกิดการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม
 ได้ค่ะ เรามีทั้งการนวดไทย การอบสมุนไพรไทย ภูมิปัญญาด้านสมุนไพรไทยของเราก็
 โคตรเด่นมากค่ะ” (ผู้สอนโยคะ 6)

5.3 อาหารไทย (Thai Food)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องของอาหาร โดยจุดเด่นของอาหารไทย ได้แก่ อาหารไทยมีรสชาติที่อร่อย สะอาด และมีความหลากหลาย แม้การท่องเที่ยวเชิงโยคะส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคลาสที่ใช้ระยะเวลาในการเข้าร่วมที่ใช้เวลานาน ผู้จัดงาน หรือผู้สอน มักสอนให้ผู้ฝึกได้รับประทานอาหารมังสวิริติ เพื่ออ้างอิงรูปแบบการรับประทานอาหารและการใช้ชีวิตตามตำราอายุรเวทของอินเดีย ถึงกระนั้นอาหารไทยก็สามารถประยุกต์ให้ผสมผสานได้อย่างลงตัว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“อาหารมังสวิริติ (Vegetarian) ที่ทำแบบไทยมัน โอเคมาก คนอินเดียเขาก็ใฝ่ฝันจะมากินอาหารไทย ... อาหารที่บ้านไทยที่ปรุงแบบรสไม่จัดนัก ก็เอามาผสมผสานกัน เพราะว่าอาหารการกินบ้านเราจะอุดมสมบูรณ์มาก กินแบบเขากินแบบเป็นอาหารที่ไม่ผ่านการปรุง (Raw Food) เป็นเสน่ห์เลย” (ผู้ฝึกโยคะ 1)

“พี่ที่เคยไปอินเดียเคยพูดถึงอาหาร อาหารก็ไม่อร่อย คือตอนกลับมาพอมลง เพราะว่าอาหารอินเดียคือ กินไม่ได้ มีรสชาติเดียว ค่อนข้างมันแล้วก็เผ็ด แต่เมืองไทยอาหารก็อร่อย คือข้อดีหลายๆอย่างของเมืองไทย” (ผู้ฝึกโยคะ 7)

“พี่คิดว่าจุดเด่นที่สุดของเมืองไทย คืออาหารละ อาหารไทยอร่อย มีคุณค่า เหมาะกับคนรักสุขภาพ เพราะอาหารไทยหลายชนิดจะใช้สมุนไพรไทยมาเป็นส่วนประกอบ ” (ผู้สอนโยคะ 5)

“นักท่องเที่ยวชอบมากกว่าอยู่แล้ว โดยเฉพาะอาหาร กินอาหารอินเดียทุกมื้อ ไม่เหมือนกับกินอาหารไทยทุกมื้อนะ อาหารไทยยังมีความหลากหลาย อย่างอินเดียเขาจะมีแกงชนิดหนึ่ง ชื่อแกงถั่ว เขาจะกินแกงถั่วกันทุกมื้อ เราก็ถามว่า ทำไมกินทุกมื้อเลย ... เหมือนบ้านเราแกงส้ม หน้าตาแกงเขียวหวานก็อีกแบบหนึ่ง แต่เขาก็บอกว่าแกงถั่วเขาไม่เหมือนกัน เพราะวันนี้ใส่ผักลือค โคลี่ พุงนี้ใส่ผักโขม นั่นคือไม่เหมือนกันของเขาแล้ว แต่การปรุงทุกอย่างของเขาเหมือนเดิมเลย ก็เลยกินอย่างนี้ อาหารเขาจะมีอยู่แค่นั้น” (ผู้สอนโยคะ 12)

นอกจากนี้หากนักท่องเที่ยวเลือกไปเที่ยวในต่างภูมิภาคของประเทศไทย อาหารที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประทานก็จะแตกต่างกันตามแต่ละสถานที่ เช่น ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 6 ที่เป็นหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย กล่าวว่า

“ถ้าพูดถึงอาหารการกิน เชียงรายเราก็มีเหมือนกัน น้ำเงี้ยว น้ำพริกหนุ่ม ข้าวซอยอะไรต่าง ๆ ก็มี แต่ด้วยความที่เชียงรายเนี่ย มันมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์มากกว่า เพราะฉะนั้นอาหารที่เชียงรายเนี่ย คุณมาแล้วคุณต้องได้ชิมอาหารไทใหญ่ คุณต้องได้

ชิมอาหารอาข่า แล้วคุณต้องได้ชิมกาแฟเพราะเป็นพื้นที่ปลูกกาแฟอาราบิก้ามากที่สุด
ในประเทศไทย” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 6)

5.4 วัฒนธรรมและการใช้ชีวิตของคนไทย (Thai Culture and Lifestyle)

วัฒนธรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่ เป็นปัจจัยหนึ่งที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
สำคัญ กล่าวถึง โดยเฉพาะแถบภาคเหนือของประเทศไทย ที่ยังมีชาวเขาหลากหลายชนเผ่า อาศัยอยู่
ค่อนข้างมาก โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวถึงประเด็นดังกล่าวไว้ว่า

“ถ้าเป็นกลุ่มชาวต่างชาติ เขาจะโฟกัสที่การเรียนรู้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของคนไทย
เพราะที่ปายก็ยังมีคนชนเผ่า เช่น ม้ง ลีซอ มูเซอ แต่ถ้าเป็นคนไทย คนไทยจะเน้นการ
ท่องเที่ยวตามแพชั่น” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 8)

“เรื่องรองจากทรัพยากรธรรมชาติ ก็คือทรัพยากรเชิงวัฒนธรรม เช่น วัด วัง โบราณสถาน
หรืออุทยานประวัติศาสตร์ อาจรวมถึงพวกการเดินป่า เข้าไปในชุมชนพื้นเมือง เช่น
ชาวเขา พวกนี้ก็ช่วยเป็นแม่เหล็กเพิ่มเติมได้” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 11)

อีกหนึ่งปัจจัย คือ ความเป็นมิตร และจิตใจที่รักการบริการของคนไทย เป็นสิ่งที่ช่วย
สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงโยคะได้เป็นอย่างดี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่า

“จุดเด่นแรกเลยที่เมืองไทยแตกต่างจากชาวบ้านเลย คือ พื้นฐานของคนไทย คนไทยมี
Service Mind เจ้าของสถานที่ พนักงานต่าง ๆ ก็แบบว่าหน้าตาของคนไทยเรานี้
รับแขก อธิยาศัยไม่ตรีดี” (ผู้สอนโยคะ 1)

“คนไทยเองมีนิสัยรักการบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส มี Service Mind ต้อนรับชาวต่างชาติ
จากสม่ำเสมอ ถ้ายังคนไทยเราร่วมมือกัน ก็จะมี Hospitality ที่ดีคะ” (ผู้สอนโยคะ 5)

“เรื่องคน พี่ว่าคนไทยอะ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจ เขาพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว
ตลอดเวลา ไม่ได้ดูน่ากลัวโหดร้ายเหมือนบางประเทศ” (ผู้สอนโยคะ 7)

แก่นสาระที่ 6 ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

(Public Private Partnership: PPP)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามกลุ่ม พบว่าปัจจัยสำคัญที่จะเข้ามาช่วยการ
ท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย ปัจจัยเหล่านี้ไม่ใช่แรงผลัก (Push Motivation) หรือแรงดึง (Pull
Motivations) หรือตัวแปรอิสระ (Independence Variable) เหมือนปัจจัยอื่นที่กล่าวมาแล้ว แต่ความ
ร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public Private Partnership หรือ PPP) เปรียบเสมือนตัว

แปรกำกับ (Moderator) ที่เข้ามามีผลกับทิศทางและขนาดของทางท่องเที่ยวเชิงโยคะซึ่งเป็นตัวแปรตาม (Dependence Variable) จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สามารถจัดกลุ่มของปัจจัยโดยแบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็น ได้แก่

6.1 การช่วยเหลือจากภาครัฐ (Public Support)

ประเด็นเรื่องจากช่วยเหลือจากภาครัฐก็เป็นหนึ่งประเด็นสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวถึง เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังรู้สึกว่าคุณยังไม่ได้รับการช่วยเหลือที่ดีมากเพียงพอ ซึ่งบางประเด็นเป็นประเด็นที่กลุ่มคนในธุรกิจของโยคะยังรู้สึกเป็นปัญหาในปัจจุบันประกอบด้วย

■ การสอนภาษา

ประเด็นเกี่ยวกับความพร้อมด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ รวมถึงภาษาจีน ญี่ปุ่น หรือรัสเซีย ก็เป็นอีกเรื่องที่ควรให้ความสำคัญ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกกลุ่มได้ให้ข้อมูลว่าความพร้อมด้านภาษาเป็นข้อจำกัดที่สำคัญสำหรับพวกเขา เกิดความไม่มั่นใจหากต้องสื่อสารเรื่องเกี่ยวกับโยคะเป็นภาษาอังกฤษ ไม่เพียงเท่านั้นยังมีภาษาที่ 3 เช่น จีน ญี่ปุ่น หรือรัสเซีย ที่ค่อนข้างหาได้ยาก ทำให้โอกาสในการรับนักท่องเที่ยวเชิงโยคะจากต่างชาติจึงลดลง โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อจำกัดด้านภาษาว่า

“ส่วนใหญ่ครูที่ไปฝึกไปสอน โยคะ ก็ยังใช้ภาษาอังกฤษยังได้ไม่เยอะ ส่วนน้อยที่จะแบบจะใช้ภาษาอังกฤษได้ เลยคิดว่าเราก็ยังขาดอยู่นะคะเรื่องภาษา” (ผู้ฝึกโยคะ 2)

“ภาษาอังกฤษอาจจะเป็นจุดอ่อนอีกอันของคนไทยเรา ซึ่งผมเองก็มีปัญหาเหมือนกัน ด้วยความที่ว่าพื้นฐานภาษาอังกฤษเราไม่ค่อยดี ทีนี้การสื่อสารมันก็จะมีความเล็กน้อยถึงปานกลาง โดยเฉพาะถ้ามีคนไทยกับชาวต่างมาเรียนรวมกัน เราจะต้องพูด 2 ภาษาพร้อมกัน เวลาที่ใช้ในการสอนจะเพิ่มมากขึ้น ถ้าสมมติเราพูดเป็นภาษาอังกฤษไปเลย คนไทยบางกลุ่มบางคนก็อาจจะไม่เข้าใจ หรือว่าภาษาไทยอย่างเดียว ชาวต่างชาติก็จะไม่เข้าใจอีก เพราะฉะนั้นบางทีอาจจะต้องมีครูผู้ช่วยที่เขาเก่งภาษาอังกฤษ มากคอยช่วยแปลให้ชาวต่างชาติ มาช่วยกันอำนวยความสะดวกหลายๆทาง” (ผู้สอนโยคะ 3)

“แต่ทีนี้เรื่องภาษาคนไทย อย่างที่ว่าเราก็จะอ่อนภาษากันเนอะ แล้วถ้าสมมติว่าเราเก่งภาษาเนี่ย เราสามารถสอนให้กับฝรั่งซึ่งเป็นคลาสแบบในโรงแรมหรือว่าเป็นคลาส Private อะ ไร่อย่างงี้ก็จะได้ราคาที่อัพเวลขึ้นไปได้ จริง ๆ สอนได้แต่พูดไม่ค่อยได้ อะ ไร่อย่างเงี้ยค่ะ”

“เรื่องภาษา คนไทยจะไม่เก่งภาษา ถ้าไปอินเดียทุกชาติ ที่พูดภาษาอังกฤษได้ เขาก็จะไป แต่เดี๋ยวนี้ คนไทยไม่เก่งภาษา ครูโยคะไทยก็ไม่เก่งภาษา” (ผู้สอน โยคะ 12)

“ครูโยคะที่เก่งที่มีเป็นภาษามีไม่ค่อยเยอะ เพราะส่วนใหญ่ก็จะเป็นแบบครูต่างชาติ ที่ว่าบางทีครูต่างชาติ เขาคงอยากแย่งอาชีพเราเหมือนกันนะ” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5)

แต่ก็มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เห็นความสำคัญของภาษาอังกฤษ รวมถึงภาษาที่สาม ที่มีผลต่อการบริการ โดยเขาเลือกที่จะให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักเพื่อยกระดับการบริการให้ชาวต่างชาติ รวมถึงการรับพนักงานที่สามารถใช้ภาษาที่สามได้อย่างคล่องแคล่วมาเสริม และมีการเสริมภาษาให้กับพนักงาน ในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช้ภาษาอังกฤษ เช่นเดียวกับหน่วยงานเอกชนที่จัดงานเกี่ยวกับ โยคะให้กับนักท่องเที่ยวเชิงโยคะจากทั่วโลก ก็จะจัดล่ามให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสาร ทำให้พวกเขาเหล่านี้สามารถบริการนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานหรือใช้บริการได้เป็นอย่างดี โดยผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวว่า

“ปกติในงานที่จะจัดให้มีล่ามอยู่ทั้งหมด มีล่ามญี่ปุ่น ล่ามเกาหลี ล่ามอังกฤษ และล่ามจีน มีล่ามประมาณเกือบ 20 คน ครูจะสอนภาษาไทย ถ้าครูสอนภาษาอังกฤษ ก็จะมีคนแปลภาษาไทย แต่อย่างงานที่จัดที่เชียงใหม่ จะใช้คนจีนเยอะ ใช้ครูจีนเยอะ เลยใช้ล่ามภาษาจีน” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9)

“ปกติรีสอร์ทของเราจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักอยู่แล้ว ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ 1 เพราะลูกค้าเราแทบจะไม่มีคนไทยเลย ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ มีคนไทยมาใช้บริการน้อยมาก แต่ลูกค้าเราที่เป็นชาวต่างชาติจะพูดภาษาอังกฤษได้ทั้งหมด ดังนั้นเราเลยเลือกใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ส่วนที่เหลือจะมีภาษาสามเสริมเข้าไป ตัวอย่างเช่นจะมีการเสริมภาษาให้กับพนักงาน ภาษาจีน ญี่ปุ่น รัสเซีย” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 10)

จากบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จะเห็นได้ว่าภาษาอังกฤษ รวมถึงภาษาที่ 3 เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี รัสเซีย ตามกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย มีความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยค่อนข้างมาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ นอกเหนือจากหน่วยงานรัฐบาลยังเห็นว่าภาษาเป็นเรื่องที่ควรได้รับการพัฒนาให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบทั้งหมด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงโยคะจากทั่วโลก ภาครัฐบาลอาจเข้ามาให้การช่วยเหลือ เช่น การพัฒนาคอร์สภาษาต่างประเทศสำหรับผู้ประกอบการ

■ การจัดการราคาของสินค้าและบริการ

ปัจจุบันยังมีหลายส่วนในประเทศไทยที่เก็บเงินนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างชาติในอัตราต่างกัน ส่วนมากราคาที่จัดเก็บจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะสูงกว่าชาวไทย ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวว่านี่เป็นปัญหาสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงโยคะด้วย และควรได้รับการแก้ไข โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่า

“มีเรื่องเหมือนแบบราคานักท่องเที่ยวเวลาที่มาเที่ยว อย่างที่เขามักขำว่าที่เชียงใหม่เวลานักท่องเที่ยวขึ้นรถแดงแล้วแบบบวกราคา อาจจะเป็นพวกเรื่องแบบนี้ ที่เราควรจะต้องปรับปรุงแก้ไข” (ผู้สอน โยคะ 7)

ไม่เพียงเท่านั้นแม้แต่ราคาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยเองก็สูงขึ้นเช่นกัน เมื่ออุปสงค์ต่อสินค้าและบริการนั้นสูงขึ้นราคาก็สูงขึ้นตาม บางครั้งผู้ให้ข้อมูลก็มีประสบการณ์ว่าโรงแรมหรือรีสอร์ทเปลี่ยนราคาที่พักกระทันหัน ไม่ตรงตามราคาจองหรือราคาที่ตกลงกันไว้ในตอนต้น โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญเล่าถึงประสบการณ์ที่เคยพบว่า

“ที่พักรจะต้องปรับปรุง และมีเรตที่แน่นอน ไม่ใช่มาเปลี่ยนตอนหลัง เพราะบางทีมันก็มีนะ คิดต่อแล้ว มาเปลี่ยนกลับดำ มันไม่ค่อยดีนะ มันต้องมีความชัดเจน ไม่ใช่หมกเม็ด” (ผู้สอน โยคะ 3)

“พวกเทรนด์สุขภาพ ใครก็อยากได้ เพราะว่ามันนักท่องเที่ยวเทรนด์สุขภาพเนี่ย เขาจะมีสตางค์และความรู้ระดับหนึ่ง ... ก็คือว่าพวกแบบ Backpacker มาแล้วกิน Street Food ก็แย่งถ้วยเดียว ข้าวกะเพรา จากราคา 50 – 60 บาท ขึ้นไปเจออีกที่ 80 บาทแล้ว... เมื่อก่อนเชียงใหม่เราเคยคิดว่าของถูกมาก ถ้วยเดียวชามละ 25 – 30 บาท พอคนไปแห่เข้าไปที่นั่น จากอาหารราคา 25-30 บาท จนถ้วยจานเป็น 50 บาทหมดแล้ว” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5)

■ การช่วยเหลือภาคเอกชนในเชิงรุก

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภาคเอกชนเนื่องจากเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบการทำงานด้านการท่องเที่ยว ของรัฐบาลมากที่สุด ให้ข้อมูลว่าการท่องเที่ยวเชิงโยคะของตนยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลที่มากเพียงพอ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“ไม่เคยได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐเลยนะ ไม่มีคนเข้ามาช่วยเหลือเลยนะ ไม่ได้รับการสนับสนุน มีแต่เราไปนำเสนอกับเขา บางครั้งถ้าเกิดเขาต้องการ เราก็จะเข้าไปช่วย

หรืออย่างในมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงมีกิจกรรม แล้วติดต่อมา เราจะไปช่วยเขา” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 1)

“ยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลเลยคะ เราก็อยากจะได้คำปรึกษาจาก ททท. เหมือนกัน เพราะว่าจริง ๆ แล้ว ในแต่ละปี นักเรียนที่มาเรียนโยคะกับทางโรงเรียนของ พี่ไม่ได้มาจากแค่ในประเทศไทยนะคะ ปกติถ้าไม่มีโควิด ก็มาจากทั่วโลก มาจากหลาย ประเทศ ทำให้ระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่นดีขึ้น เพราะนักเรียนที่มามีการใช้จ่ายเงิน ใน ตลาดพื้นบ้าน พื้นเมืองมากขึ้น อยากจะปรึกษาอยู่เหมือนกัน” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2)

“วันก่อนมี ททท. แลวนี่มา เขาก็ไม่สนใจ พี่เลยเข้าไปคุยกับหัวหน้า ททท. เพราะเขา เองก็จะมาที่นี้บ่อยๆ เขาจะมาติดตามผู้ประกอบการ เพราะว่าช่วงที่ล็อกดาวน์ มันจะ ไม่ค่อยมีอะไร พี่ก็เอาตัวพี่ไปเสนอ แต่เขาก็แบบม้านัด แต่เขาก็ไม่มีเวลาวางจะขึ้นมาที่ ศาลาโยคะ เขาก็แบบแค่รับรู้ว่าที่นี่มีศาลาโยคะ แต่เขาก็ไม่เคยขึ้นมาดู เคยไปถามแ กก็บอกว่ามันก็เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) แต่ด้วยความ ที่ว่า Project ที่เขาทำ มันไม่ได้ทำเกี่ยวกับ โยคะ เลยไม่ได้มีนโยบายหรืออะไร เพราะ ตอนนี่ที่เขาทำ คือ ช่วยผู้ประกอบการประเภท โรงแรม แต่ไม่ได้มีนโยบาย เกี่ยวกับ Wellness หรือ โยคะที่จะทำการ โปรโมท” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5)

จากบทสัมภาษณ์ด้านบนที่กลุ่มผู้ประกอบการเอกชนให้ข้อมูลว่าตนรู้สึกว่าจะไม่ได้รับ ได้รับความช่วยเหลือที่มากเพียงพอจากหน่วยงานท่องเที่ยว ซึ่งก็เป็นไปในทิศทางเดียวกับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย กลุ่มหน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐบาล โดยหน่วยงานการท่องเที่ยวได้ให้สัมภาษณ์ เกี่ยวกับรูปแบบการทำงานขององค์กรไว้ว่า

“ช่วงที่ผ่านมา ก่อน โควิดนะคะ ตอน โควิดรอบแรก ก็มีตลาดต่างประเทศของ ททท. ติดต่อเข้ามา เป็นกลุ่มยุโรป คือเขาก็อยากจะทำเป็นแพ็คเกจโยคะ ซึ่งที่ผ่านมาเนี่ย ที่ได้ ทำกันไปในส่วนของตลาดต่างประเทศจะทางใต้ค่อนข้างเยอะ เช่น หัวหิน ภูเก็ต หรือกระบี่ เป็นต้นคะ เป็นแพ็คเกจโยคะบนเกาะ ริมชายหาด แต่พอเป็นภาคเหนือเนี่ย จังหวัดในภาคเหนือจะมีทั้งหมด 17 จังหวัด จะมีเพียงจังหวัดเชียงใหม่เพียงจังหวัด เดียวนะคะที่เขาจับตลาดต่างประเทศเป็นหลัก แล้วก็มีเรื่องของแพ็คเกจมาโยคะเข้ามา เขาจะเลือกที่เชียงใหม่ กับแม่ฮ่องสอนคะ ที่นี้ที่เชียงรายเนี่ย มันยังไม่ได้เป็นลักษณะที่ เป็นแพ็คเกจชัดเจน ส่วนใหญ่แล้วเขาก็จะไปขอใช้สถานที่ เช่น โรงแรมที่อยู่บนภูเขา โรงแรมที่มีวิวธรรมชาติคะ ก็เป็นเฉพาะกิจ ไม่ได้จัดเป็นแพ็คเกจ เป็นขายทั่วไปคะ” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 6)

“จริง ๆ แล้วส่วนใหญ่ ททท. จะไม่ได้ทำงานกับผู้ประกอบการเป็นส่วนบุคคล แต่ ททท. จะทำงานร่วมกับสมาคมค่ะ ส่วนใหญ่เราไม่สามารถไปเจาะว่าเราจะดึงคนนี้คนเดียวแบบนี้ไม่ได้ แต่ว่าถ้าเขามีอะไรที่เด่น ส่วนใหญ่เขาจะมี Product ของเขาอยู่แล้วที่จะนำมาเสนอให้กับ ททท. ช่วยประชาสัมพันธ์ให้ ดังนั้น ททท. เวลาเรามีสื่อตรงมา หรือมี หน่วยงานมา ก็คือจะพาไปตรวจสอบพื้นที่ หรือว่าไปถ่ายภาพเพื่อเก็บข้อมูลค่ะ ถ้าเป็นเช่นนั้นเราสามารถช่วย PR ให้ได้ค่ะ ก็คือจะแจ้งผู้ประกอบการเป็นลักษณะแบบนี้ แต่ว่าคือจริง ๆ ททท. จะไปดูว่าแต่ละที่มีอัตลักษณ์ถูกต้องรึเปล่า แล้วคุณมีไบจดทะเบียนถูกต้องไหมอะไรตรงนี้ด้วยค่ะ ถ้าเป็นอันนี้คือเราจะโปร โมตให้อยู่แล้ว ตรงนั้นไม่มีปัญหาอยู่แล้วค่ะ” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 7)

“คนที่ทำ Product หรือตัวสินค้า ที่เป็นจุดดึงดูด หรือจุดเสริมแล้วแต่ลักษณะของสินค้า เมื่อภาคเอกชนหรือภาคประชาชนทำสินค้าออกมา เขาจะติดต่อมาที่ ททท. ให้เราช่วย โฆษณา ช่วยทำประชาสัมพันธ์ให้เขาหน่อยนะ บางทีเราก็มองเอาผู้ประกอบการ ที่เป็นพวก Wholesale หรือ Retail ต่าง ๆ จะให้เราเข้าไปดูตัวสินค้าของเจ้าของสินค้า แล้วก็มาทำเรื่องการส่งเสริมการตลาด การขายให้กับตัวเจ้าของสินค้า ถ้าเขามีศักยภาพเพียงพอ เอกชนบางรายเขาเก่ง นอกจาก ททท. ช่วยแล้ว เขาก็สามารถช่วยตัวเองได้ด้วย ในทางการตลาด อันนี้แล้วแต่ศักยภาพของผู้ประกอบการแต่ละราย บางผู้ประกอบการก็อาศัย ททท. เป็นหลัก บางผู้ประกอบการก็ทั้ง ททท. และตัวเองด้วย เช่น กลุ่มโรงแรม กลุ่มโรงพยาบาล เขาค่อนข้างเก่ง เขาสามารถทำการตลาดด้วยตัวเองได้ และยังขอให้ทาง ททท. ช่วยด้วย” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 11)

จากบทสัมภาษณ์ของหน่วยงานการท่องเที่ยวด้านบน แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานการท่องเที่ยวเน้นให้บริการผู้ประกอบการในเชิงรับมากกว่า เน้นทำงานร่วมกับสมาคม หรือกลุ่มของผู้ประกอบการ ไม่จำเพาะเจาะจงกับผู้ประกอบการเฉพาะราย และมีนโยบายสนับสนุนที่จำเพาะกับบางกลุ่มธุรกิจ ด้วยลักษณะการให้บริการเช่นนี้ ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชนที่ให้ข้อมูลรู้สึกว่าคุณไม่ได้รับการช่วยเหลือที่ดีเพียงพอจากทางรัฐบาล ยิ่งไปกว่านั้นผู้ประกอบการที่หน่วยงานให้ความสำคัญจะเป็นผู้ประกอบการบริการตามสถานที่ท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ทำให้ผู้ประกอบการเอกชนในกลุ่มของโรงเรียนสอนโยคะอาจถูกละเลยแม้โรงเรียนนั้นจะอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวก็ตาม

แต่ในทางตรงกันข้าม ก็มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางส่วนที่ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาล เช่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4 ที่ให้บริการพื้นที่จัดงานเชิงสุขภาพบนเกาะพะงัน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9 บริษัทเอกชนผู้จัดงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยติดต่อกันถึง 7 ปี โดยพวกเขาได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวไว้ว่า

“ส่วนใหญ่ที่เราทำงานด้วยก็จะเป็น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) แล้วก็คือ เหมือนทุกปีจะมี Festival ที่จะมีกระทรวงท่องเที่ยวเข้ามาช่วย โปร โมต แต่ว่าส่วนใหญ่ จะเป็น ททท. ชะมากกว่า โดยคนที่เข้ามาช่วยจะเป็น ททท. ภูมิภาคที่เข้ามาช่วยๆกัน ... เขาจะพา ททท. จากต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย จากอังกฤษ หรือสหรัฐอเมริกา หรือ พา ททท. โชนอื่นมาดูงาน เพื่อ โปร โมตเรื่องนี้ไป ซึ่งสถานที่ของเราก็จะมีคนมาบ่อย มาก เพราะว่าด้วยเราเป็นสถานประกอบการคนไทยในแถบนี้” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4)

“งานของพีมีมาตั้งแต่ 2012 และเริ่มได้รับการสนับสนุนจากทาง ททท. ในปี 2017 ... ในตอนแรกที่ต้องทำเรื่องและนำเสนอ โปรเจกต์กับทาง ททท. ค่ะ โดยพีมีจะมีตัวจับ และรายงานว่ามีนักท่องเที่ยวเข้ามาเท่าไรจำนวนเท่าไร คือมีประสบการณ์จากที่ทำ มาแล้วค่ะ และนำเสนอเป็น โครงการ ... ตอนนั้นติดต่อกับ ททท. เซนเตอร์ค่ะ เขาจะ แนะนำเราว่า ให้เราไปทำอย่างไร เขาก็ส่งช่วยเรื่องไปที่ ททท. ของจังหวัดนั้น แล้วเราก็ ไปติดต่อกับ เช่น สมมติที่จะจัดงานที่หัวหิน ผอ. ททท. ที่หัวหินมาดูงาน เขาก็จะเชิญ เราไปจัดงานต่อ แล้วพอ ผอ. ที่เชียงใหม่ทราบ เขาก็เชิญเราไปคุยเป็น โปรเจกต์เลยค่ะ แต่เริ่มต้น ในครั้งแรกที่ต้องเสนอตัวพี เพราะไม่มีคนรู้จัก” (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9)

6.2 การรวมกลุ่มกันของภาคเอกชน (Public Alliance)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามกลุ่ม เกี่ยวกับปัญหาของการท่องเที่ยวเชิง โยคะในประเทศไทยได้ข้อมูลว่า ปัจจุบันการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโยคะในประเทศไทยยังไม่ มีการรวมกันเป็นกลุ่มที่ชัดเจน อาจมีการรวมกันเป็นกลุ่มย่อยบ้าง เช่น กลุ่มผู้ประกอบการโยคะ ภาคเหนือ เป็นต้น โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวกับประเด็นนี้ไว้ว่า

“พี่ว่าการรวมกลุ่มของคนในแวดวงโยคะ น่าจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงโยคะของเราดี ขึ้น เพราะว่าคนที่ไปเที่ยว สามารถจะเปิดเข้าไปดูข้อมูลเนอะว่าจังหวัดนี้มีโยคะที่ไหน บ้าง ถ้ามันสามารถรวมข้อมูลกันไว้ได้ คนก็จะรู้แล้วว่าจังหวัดนี้มีที่เที่ยวในเชิงโยคะที่ ไหนบ้าง เขาก็จะมีจุดมุ่งหมาย เช่น ต้องไปตรงนี้เพราะคร่าวดี” (ผู้ฝึกโยคะ 2)

“พี่ว่าการสนับสนุนควรมาจากภาครัฐ แล้วก็คนในวงการโยคะเองด้วย เขาก็มีการจัดตั้ง องค์กรเกี่ยวกับโยคะกัน แล้วผลักดันกันให้แข็งแรงมากกว่านี้นะ ถ้าเราร่วมมือกัน ลง แรงกัน ... ถ้าภาครัฐช่วยส่งเสริมให้ดีขึ้นมา ร่วมมือกับองค์กรของโยคะที่เราเมื่ออยู่ น่าจะ ผลักดันการท่องเที่ยวเชิงโยคะไปได้ชัดเจน และกว้างไกลขึ้น” (ผู้ฝึกโยคะ 7)

“พี่มองว่า โยคะของเรานั้นยังไม่เป็นกลุ่มเป็นก้อนนะคะ ยังไม่มีการร่วมมือกันจริง ๆ ว่าตรงไหนที่เราจะมาทำ Yoga Treatment ตรงไหนที่เราควรจะไป เรายังไม่รู้เลย ทุกคน

จะต้องดูแลตัวเอง ซึ่งถ้าเรามีคน หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งเป็นคนสนับสนุน เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นแม่งาน สมมติอย่างนี้นะ ถ้าคุณจะมาเมืองไทย ถ้าคุณสนใจคลาสโยคะ คุณมาเลยนะ ที่เชียงใหม่ มีคลาสวันนี้ วันนี้มีอะไร มีโรงแรมชื่ออะไรบ้าง อยู่บริเวณไหนบ้าง คอร์สราคาเท่าไร มีช่วงเดือนไหนบ้าง หรือมีที่ภูเก็ท มีวันที่เท่าไร รวมถึงต้องมีการโปรโมต เราถึงจะรู้ และการโปรโมตไม่ใช่การโปรโมตแค่เมืองไทย ถ้าเราจะจัดงานต่างๆที่เมืองไทย ต่างประเทศเขาก็รู้อยู่แล้ว คนที่ชอบ ส่วนมากคนจะชอบโยคะเยอะ และเราไม่จำเป็นเลยว่า ต้องมีแค่ครูไทยเท่านั้น ครูที่ไหนในโลกใบนี้ ก็สามารถมาสอนได้ แม้กระทั่งครูอินเดียเอง เราก็สามารถเชิญครูมาสอน ตามคอร์สที่เราตั้งไว้ได้ ประเทศไทยเหมาะสมอยู่แล้ว เพราะด้วยสภาพอากาศ สถานที่ การคมนาคม เราต้องการให้ใครสักคนเป็นแม่งานสักทีหนึ่ง อันนี้มันจะเป็นเหมือนต่างครูต่างคน ต่างโปรโมตของตัวเองเท่านั้น” (ผู้สอนโยคะ 1)

“ถ้าถามแต่ว่าพร้อมไหมก็ต้องพูดถึงเรื่องของสมาคมโยคะแล้วแหละ ที่จะต้องหารือกันกับการท่องเที่ยวณะคะ เพราะว่าถามว่าบุคลากรมีไหม มีคะ” (ผู้สอนโยคะ 6)

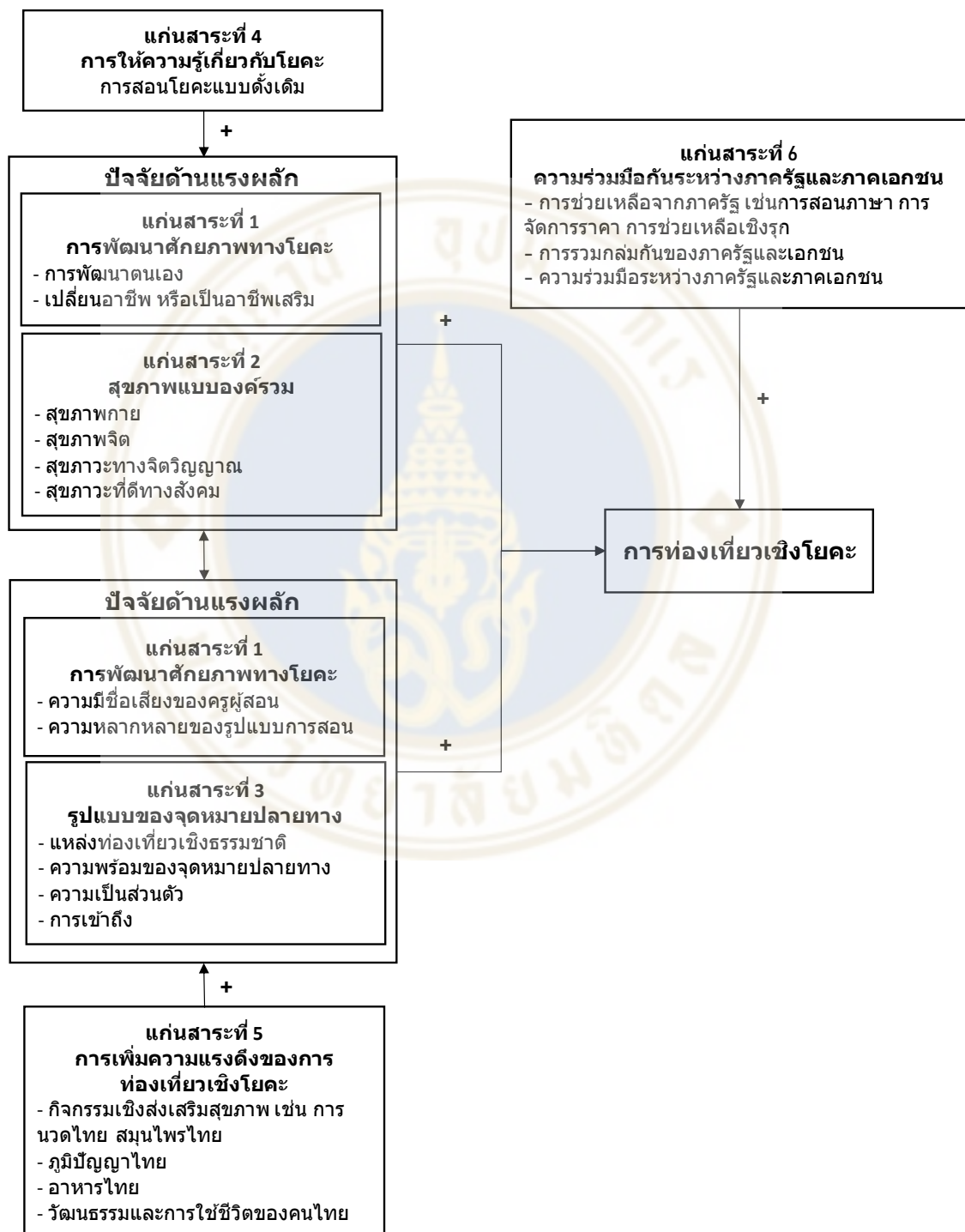
6.3 ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public-Private collaboration)

หนึ่งประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้สอนโยคะ 11 ให้ความสำคัญ คือเริ่มสร้างโยคะให้เป็นธุรกิจท้องถิ่นที่เข้มแข็ง (Local Business) ของประเทศไทยเสียก่อน เช่น การสร้างผู้ฝึกโยคะ และ ผู้สอนโยคะในประเทศไทย เพื่อเพิ่มความยั่งยืนการท่องเที่ยวในประเทศไทย และ ธุรกิจในประเทศจะเข้ามาช่วยสนับสนุนการเติบโตของ โยคะเชิงท่องเที่ยวในอนาคต โดยเขากล่าวว่า

“โยคะไม่ได้มีกำเนิดจากบ้านเรา ยังไงต้องกลับไปแผ่นดินแม่ก็คืออินเดียอยู่ดี ถึงจะมีครูต่างชาติหลายคนมาที่เมืองไทย มาทำโยคะบ่าบัด (Retreat) นาน 8 วัน 10 วัน เสร็จแล้วก็กลับ แต่ระบบมันจะอยู่ไม่ยั่งยืนนะ ... ต้องสร้างผู้เรียน โยคะในประเทศ (Local Student) ที่เป็นการฝึกภายในประเทศ (Local Practice) เสียก่อน เพราะถ้าประเทศเราแข็งแรง เราจะจัดคอร์สที่ไหน มันจะมีตัวที่ไปสนับสนุน (Support) อย่างเคสที่มันเกิดเรื่องโควิดขึ้น พอทุกคนเดินทางข้ามประเทศกันไม่ได้ แล้วเรามีสถานที่สวยงามมาก ประชาสัมพันธ์อย่างดีมากมาย แต่คนมาเรียนไม่ได้ ไม่มีประโยชน์” (ผู้สอนโยคะ 11)

4.6 แผนภาพแนวคิด (Conceptual Framework)

จากขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหาและแก่นสาระ (Content and Theme Analysis) ในหัวข้อ 4.4 สามารถออกแบบแผนภาพแนวคิด (Conceptual Framework) ได้ดังแสดงในภาพด้านล่าง



ภาพที่ 4.1 แผนภาพแนวคิดจากงานวิจัย (Conceptual Framework)

บทที่ 5

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย นี้เป็นงานวิจัยเพื่อหาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะ โดยอ้างอิงแนวคิดของทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง (Push and Pull Motivations) โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ฝึกโยคะ ผู้สอนโยคะ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย ในบทนี้ทางผู้วิจัยจะอภิปรายผลการวิจัยโดยเปรียบเทียบกับทฤษฎีที่ใช้ และการทบทวนวรรณกรรม โดยผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการอภิปรายผลการวิจัยนี้ออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ตามแก่นสาระ คือ

- 5.1 ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยด้านแรงผลักจากตัวของนักท่องเที่ยว (Push Motivations)
- 5.2 ปัจจัยภายนอก หรือปัจจัยด้านแรงดึงจากจุดหมายปลายทาง (Pull Motivations)
- 5.3 ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง (Push and Pull Motivations)

จากการเก็บข้อมูลในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งสามกลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มผู้ฝึกโยคะ กลุ่มผู้สอนโยคะ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ หน่วยงานเอกชน โรงเรียนสอนโยคะ และรีสอร์ทสุขภาพแบบครบวงจร โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคนล้วนให้ข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันว่าการท่องเที่ยวเชิงโยคะเกิดจากแรง 2 แรง คือ แรงผลัก (Push Motivations) เป็น ปัจจัยภายในของตัวนักท่องเที่ยวโยคะ และ แรงดึง (Pull Motivations) เป็นปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับตัวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะ หรือจุดหมายปลายทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yiamjanya และ Wongleedee ปี 2014 ที่กล่าวว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับแรงทั้งสอง ตามทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง (Push-Pull Motivations) โดยรายละเอียดของแรงผลักและแรงดึงที่พบแบ่งเป็น

5.1 ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยด้านแรงผลักดันจากตัวของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว (Push Motivations)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่าปัจจัยด้านแรงผลักดัน (Push Motivations) ที่เกิดจากความต้องการ วัตถุประสงค์ หรือความคาดหวังภายในตัวของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จากข้อมูลที่ได้ สามารถจำแนกแรงผลักดันหลัก ๆ ออกได้เป็น 2 กลุ่ม ปัจจัยใหญ่ คือ การพัฒนาศักยภาพทางโยคะ และความต้องการมีสุขภาพแบบองค์รวม

5.1.1 การพัฒนาศักยภาพทางโยคะ

ปัจจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพทางโยคะนี้ เป็นปัจจัยด้านแรงผลักดัน (Push Motivations) ที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านแรงดึง (Pull Motivations) ของสถานที่ ซึ่งจะกล่าวถึงในส่วนถัดไป โดยปัจจัยย่อยของแรงผลักดันในปัจจัยนี้ ประกอบด้วยการพัฒนาตนเอง (Self-Improvement) และความต้องการทางอาชีพ

ในส่วนของ “การพัฒนาตนเอง (Self-Improvement)” เป็นปัจจัยด้านแรงผลักดันที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวถึงมากที่สุด ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะของเขา เพราะต้องการพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านโยคะของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอาสนะ ที่เป็น การฝึกด้านร่างกายโดยใช้ท่าทางต่าง ๆ การฝึกด้านจิตใจโดยใช้ลมหายใจปราณยามะ การดูแลสุขภาพของตนเองโดยตามตำราอายุเวท หรือการเรียนรู้ด้านสรีระวิทยา (Anatomy and Physiology) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ida Ayu Kartika Maharani, Ida Bagus Made Wisnu Parta และ Ida Bagus Putu Supriadi ในปี 2020 ที่ทำการวิจัยเพื่อหาปัจจัยด้านแรงผลักดัน และแรงดึงที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวที่เกาะบาหลี่ ประเทศอินโดนีเซีย โดยเขาพบว่าปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่งของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงโยคะที่ประเทศอินโดนีเซีย คือการเปิดประสบการณ์เพื่อเรียนรู้ และพัฒนา ศักยภาพเกี่ยวกับโยคะของตนเอง อาจเป็นทั้งกลุ่มผู้ฝึกโยคะรายใหม่ หรือรายเดิมที่ฝึกโยคะอยู่แล้ว รวมถึงงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศจีนของ Yanhong Liu Yunqiao Shi Jingrong Zhou และ Erwei Dong ในปี 2020 ที่กลุ่มตัวอย่างอายุ 41 – 45 ปีมีจุดหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะเพื่อพัฒนาตนเองมากที่สุด แต่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยครั้งนี้ ที่กล่าวถึงการพัฒนาตนเองมีช่วงอายุที่กว้างกว่า คือมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 28 - 66 ปี

อีกปัจจัยด้านแรงผลักดันที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวถึงคือ “ความต้องการทางอาชีพ” เนื่องจากอาชีพผู้สอนโยคะ เป็นอาชีพที่ต้องได้รับการรับรองจากสถาบันที่ได้มาตรฐานและผ่านการรับรองจากองค์กรโยคะที่เกี่ยวข้องเสียก่อนถึงจะสามารถสอนผู้ฝึกโยคะต่อไปได้ ด้วยความจำเป็น จุดนี้จึงเป็นแรงผลักดัน (Push Motivations) ที่ทำให้พวกเขาตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะ เพื่อ

พัฒนาศักยภาพของตนไปสู่การรับรองเพื่อเป็นผู้สอนโยคะ โดยผู้ให้ข้อมูลนี้แบ่งออกอีกเป็น 2 กลุ่มย่อย กลุ่มแรกคือ ผู้ที่ต้องการเรียนโยคะไว้เป็นอาชีพเสริม หรืออาชีพหลักในอนาคต ส่วนกลุ่มที่สองคือ ผู้ที่ต้องการเปลี่ยนอาชีพทันที ซึ่งทั้งสองกลุ่มล้วนเป็นคนที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับโยคะมาก่อนแล้ว แต่ต่างกันตรงที่กลุ่มแรกเขาเลือกโยคะเป็นอาชีพเสริม หรืองานในอนาคต เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลฯ ต้องการความยั่งยืนในชีวิตการทำงาน รวมถึงอยากแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับโยคะให้ผู้อื่น ส่วนอีกกลุ่มเขาเลือกที่จะเปลี่ยนอาชีพ จากอาชีพปัจจุบันเป็นผู้สอนโยคะแบบเต็มตัว เพราะรู้สึกเบื่อกับงานประจำที่ทำอยู่ สำหรับ “ความต้องการทางอาชีพ” นี้เป็นสิ่งที่ค้นพบใหม่ยังไม่มีปรากฏในวรรณกรรม

5.1.2 ความต้องการมีสุขแบบองค์รวม

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เรื่องความสมดุลของสุขภาพทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ เป็นปัจจัยด้านแรงผลักดัน (Push Motivation) ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความสำคัญ โดยพวกเขามีความเชื่อ และสัมผัสได้ว่าโยคะสามารถสร้างเสริมสุขภาพของตนในทุกมิติ ก่อให้เกิดสุขภาพแบบองค์รวมที่มีคุณภาพได้เป็นอย่างดี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรู้สึกว่าตนเองได้รับการบำบัดทั้งทางร่างกายและจิตใจจากการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ เยาวเรศ สมทรัพย์ พเยาว์ เกษตรสมบูรณ์ สุริย์พร กฤษเจริญ และกัญฉนิ พลอินทร์ ที่กล่าวว่า โยคะเป็นเครื่องมือพัฒนาสู่ความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ โดยคำว่าสุขภาพแบบองค์รวม หรือ Holistic Health จะประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ คือ สุขภาพทางร่างกาย (Physical Health) สุขภาพทางใจ (Mental Health) สุขภาวะทางสังคม (Social Well-being) และ สุขภาวะทางจิตวิญญาณ (Spiritual Well-being)

คำว่า “สุขภาพทางกาย (Physical Health)” เป็นคำที่อธิบายถึงการสร้างเสริม หรือบำบัดสุขภาพของร่างกาย จากผลการวิจัยในปี 2020 ของ Yanhong Liu Yunqiao Shi Jingrong Zhou และ Erwei Dong พบว่านักท่องเที่ยวเชิงโยคะที่เลือกประเทศจีนเป็นจุดหมายปลายทางมีจุดประสงค์เพื่อบำบัดร่างกายเชิงกายภาพ (Physiotherapy) มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ที่สุขภาพทางกายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อตัวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญมากที่สุด เมื่อเทียบกับสุขภาพหรือสุขภาวะด้านอื่น โดยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมักเริ่มฝึกโยคะเพราะมีปัญหาด้านสุขภาพ หรือร่างกายไม่แข็งแรง ตามความต้องการของมนุษย์ด้านสุขภาพ (Hierarchy of Healthcare Need) ของ Jim Adam และ N. Stuart (2007) ในระดับ 4 คือความต้องการยกระดับสุขภาพ (Health Enhancements) ของตนเอง นอกเหนือจากการใช้ยา หรือหัตถการทางการแพทย์เพื่อรักษา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันว่า การฝึกโยคะทำให้พวกเขามีสุขภาพทางร่างกายที่ดีขึ้น สามารถใช้ชีวิตประจำวัน

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้ยา หรือความต้องการทางการแพทย์ นอกจากนี้ ระหว่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ผู้ให้ข้อมูลยังได้รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ที่ส่วนมากมักจะเป็นอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ หรือมังสวิรัต ตามตำราอายุรเวทอีกด้วย

ในส่วนของ “สุขภาพทางใจ (Mental Health)” และ “สุขภาวะทางจิตวิญญาณ (Spiritual Well-being)” ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้บ่งชี้ และจิตวิญญาณของเขา ไปสู่ระดับที่สูงขึ้นกว่าปกติ โดยพวกเขาเชื่อว่าจากการท่องเที่ยวเชิงโยคะทำให้พวกเขามีสติในการใช้ชีวิตมากขึ้น พฤติกรรมการใช้ชีวิตก็เปลี่ยนไปจากคนที่ไม่เคยสวดมนต์ หรือนั่งสมาธิก็เริ่มปฏิบัติมากขึ้น นอกจากนี้เมื่อเขาเจอปัญหา หรือสิ่งที่ยากลำบากในชีวิต พวกเขาก็มีสมาธิ และสติในการแก้ปัญหาเพื่อก้าวผ่านปัญหาเหล่านั้นไปได้ ทำให้จิตวิญญาณของร่างกายบริสุทธิ์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในปี 2561 ของคุณชัชฌา นิลสนธิ คุณคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา คุณสุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และคุณวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์ ที่การฝึกโยคะ และสมาธิ เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกเป็นลำดับที่ 2 และ 4 ของการท่องเที่ยวสุขภาพในประเทศไทย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Adarsh Kumar Aggarwal Meenal Guglani, และ Raj Kumar Goel (2008) ที่เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าไปท่องเที่ยวเชิงโยคะในเมืองฤๅษีเกศ (Rishikesh) ประเทศอินเดีย ที่ทำให้พวกเขาบรรลุถึงความสงบ และพึงพอใจในจิตวิญญาณของตนเองเป็นอย่างมาก

ส่วนสุดท้ายเป็นเรื่องของ “สุขภาวะทางสังคม (Social Well-being)” เป็นเรื่องของ การสร้างความสัมพันธ์กับคนที่มีความชอบใกล้เคียงกัน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางคนตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะแม้จะยังไม่รู้จักผู้เข้าร่วมท่านอื่นมาก่อน โดยคาดหวังว่าการเข้าร่วมเชิงโยคะจะทำให้เขา รู้จักผู้อื่น และได้ขยายชุมชน (Community) ของตนให้ใหญ่ขึ้น บางคนเลือกที่จะจัดการท่องเที่ยวเชิงโยคะด้วยตนเอง โดยชักชวนคนรู้จักที่มีความชื่นชอบโยคะเหมือนกันให้มาเข้าร่วมก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิด ความรู้ และพลังของการฝึกโยคะ โดยสุขภาวะทางสังคม (Social Well-being) สามารถมองได้สองด้าน ถ้ามองจากความต้องการของผู้เข้าร่วมว่าอยากเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะเพื่อสร้างเพื่อนใหม่ หรือสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น จะจัดเป็นแรงผลักดันจากภายในของผู้เข้าร่วมเอง (Push Motivations) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ida Ayu Kartika Maharani Ida Bagus Made Wisnu Parta และ Ida Bagus Putu Supriadi (2020) ที่ศึกษาวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลบนเกาะบาหลี่ ประเทศอินโดนีเซีย และงานวิจัยของ Yanhong Liu Yunqiao Shi Jingrong Zhou และ Erwei Dong (2020) ที่ทำในประเทศจีน

เมื่อมองจากปัจจัยด้านแรงผลักดัน (Push Motivations) เรื่องของความต้องการมีสุขภาพดีแบบองค์รวม (Holistic Health) อันเกี่ยวเนื่องกับปัจจัย 4 ด้าน คือ สุขภาพทางกาย (Physical Health) สุขภาพทางใจ (Mental Health) สุขภาวะทางสังคม (Social Well-being) และ สุขภาวะทางจิตวิญญาณ

(Spiritual Well-being) นั้น มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Jim Adam และ N. Stuart (2007) เรื่อง ความต้องการของมนุษย์ด้านสุขภาพ (Hierarchy of Healthcare Need) 5 ระดับ ซึ่งการท่วงเทียวเชิง โยคะนั้นจะเข้ามาเติมเต็มความต้องการของผู้ฝึก ตั้งแต่ระดับที่ 4 คือความต้องการยกระดับสุขภาพ (Health Enhancements) ที่เน้นสุขภาพทางกายเป็นหลัก ในกรณีที่เขาต้องการทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เพื่อสนับสนุนการรักษาอาการเจ็บป่วย หรือโรคประจำตัว ที่เขาเหล่านั้นกำลังรักษาด้วยวิธีอื่น เช่น การรับประทานยา หรือวิธีการทางการแพทย์ ในปัจจุบัน โยคะจึงเป็นเครื่องมือที่เข้ามาเติมเต็มความต้องการในจุดนี้ หากเขายังฝึกโยคะอย่างต่อเนื่อง และเข้าใจโยคะลึกซึ้งขึ้นถึงระดับที่เกิด ความสมดุลของร่างกาย และจิตใจแบบองค์รวม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการส่งเสริมสุขภาพ จะเข้าไปเติมเต็มความต้องการในระดับที่ 5 ซึ่งเป็นระดับสูงสุด คือ ความต้องการสุขภาพที่เหมาะสมที่สุด (Optimal Health) ที่เน้นการป้องกันโรค ส่งเสริมสุขภาพ มากกว่าการทำเพื่อรักษาโรค

5.2 ปัจจัยภายนอก หรือปัจจัยด้านแรงดึงจากจุดหมายปลายทาง (Pull Motivations)

อีกหนึ่งแรงที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจท่วงเทียวเชิงโยคะตามตามทฤษฎีแรงผลัก และแรงดึง (Push-Pull Motivations) ของ Yiamjanya และ Wongleedee (2014) ก็คือ แรงดึง (Pull Motivation) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก เปรียบเสมือนปัจจัยจากตัวของจุดหมายปลายทาง หรือแหล่ง ท่วงเทียวเชิงโยคะ ที่ดึงดูดนักท่วงเทียวให้เข้าไปท่วงเทียว โดยปัจจัยหลักที่มีความสำคัญกับตัวของ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยใหญ่ คือ ลักษณะของจุดหมายปลายทาง (Destination Landscape) และ ลักษณะของจุดหมายปลายทางต่อการพัฒนาศักยภาพทางโยคะของ นักท่วงเทียวเชิงโยคะ

5.2.1 การพัฒนาศักยภาพทางโยคะ

เมื่อเรามอง “การพัฒนาศักยภาพโยคะ” ในมุมมองของนักท่วงเทียวเชิงโยคะแล้ว ปัจจัยนี้ เป็นแรงผลัก (Push Motivations) แต่หากเรามองในมุมมองของจุดหมายปลายทางแล้วจะพบปัจจัยย่อยที่ ทำหน้าที่เสมือนเป็นแรงดึง (Pull Motivations) ให้เกิดการท่วงเทียวขึ้น โดยปัจจัยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในงานวิจัยครั้งนี้กล่าวถึงและให้ความสำคัญประกอบด้วย ความมีชื่อเสียงของผู้สอนโยคะ (Instructor Reputation) และ ความหลากหลายของรูปแบบการสอนโยคะ (Yoga Variety)

สำหรับ “ความมีชื่อเสียงของผู้สอนโยคะ (Instructor Reputation)” เป็นปัจจัยที่ผู้ให้ ข้อมูลสำคัญที่เข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งปัจจัยข้อนี้เป็นปัจจัยใหม่ที่ยังไม่ พบในขั้นตอนการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวว่า ผู้สอนโยคะจะ

เปรียบเสมือนกับผลิตภัณฑ์ของการฝึกโยคะ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลายคนตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะโดยพิจารณาจากปัจจัยเป็นหลัก หรืออาจจะตัดสินใจจากจุดนี้เพียงจุดเดียว เมื่อมองในมุมมองของผู้สอนโยคะแล้ว ผู้สอนแต่ละคนจะมีความถนัด หรือความเชี่ยวชาญแตกต่างกัน จึงไม่แปลกที่ผู้เข้าร่วมงานรวมถึงผู้จัดงานจะเลือกผู้สอนโยคะที่มีความเชี่ยวชาญ และมีชื่อเสียงในเรื่องที่ต้องการจะสื่อสาร เป็นตัวดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงโยคะขึ้น

“ความหลากหลายของรูปแบบการสอนโยคะ (Yoga Variety)” เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ไม่พบระหว่างการทำทบทวนกรรมเกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่ารูปแบบการสอนโยคะมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงโยคะของผู้ให้ข้อมูลฯ ส่วนหนึ่งมาจากผู้ฝึกโยคะมีแรงผลักดันจากการพัฒนาตนเอง (Self-Improvement) เฉพาะบางเรื่อง ทำให้เขามักเลือกเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะในเรื่องที่พวกเขาสนใจ อีกส่วนคือผู้ฝึกโยคะมีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาการฝึก ผู้ฝึกบางส่วนอาจไม่สะดวกที่จะเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะที่ใช้ระยะเวลาสั้น เช่น คอร์สครุโยคะ 200 ชั่วโมง ที่ต้องใช้เวลาเรียนติดต่อกันประมาณ 1 เดือน การออกแบบการสอนที่ใช้ระยะเวลาสั้นลง หรือมีความยืดหยุ่นมากขึ้นจะมีโอกาสที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากกว่า ซึ่งจากงานวิจัยของ Yanhong Liu Yunqiao Shi Jingrong Zhou และ Erwei Dong (2020) พบว่าระยะเวลาสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะที่ผู้ฝึกโยคะชาวจีนเลือกมากที่สุดคือ 3 - 15 วัน ถึงร้อยละ 80 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2.2 ลักษณะของจุดหมายปลายทาง (Destination Landscape)

ลักษณะของจุดหมายปลายทาง (Destination Landscape) เองก็เป็นลักษณะแรงดึงดูด (Pull Motivations) ที่มีความสำคัญต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวถึงปัจจัยนี้ในหลายประเด็น โดยทางผู้วิจัยได้ตั้งประเด็นที่ถูกกล่าวถึงมาทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Resource) ความพร้อมของจุดหมายปลายทาง (Destination Readiness) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) และปัจจัยเรื่องการเข้าถึง (Accessibility) โดยมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัย ดังนี้

“แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Resource)” นับเป็นจุดเด่นของประเทศไทยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวถึงมากที่สุด นอกจากจะมีความสวยงามแล้ว ยังมีความหลากหลาย ทั้งภูมิประเทศแบบชายทะเลในภาคใต้ หรือป่าและภูเขาในภาคเหนือ ประกอบกับแสงอาทิตย์ อากาศที่อบอุ่น และบริสุทธิ์ ปัจจัยด้านแรงดึงดูด (Pull Motivations) นี้ไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Ida Ayu Kartika Maharani, Ida Bagus Made Wisnu Parta และ Ida Bagus Putu Supriadi (2020) นั้น แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเชิงโยคะที่บาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย คิดว่าความใกล้ชิดธรรมชาติ ร่วมกับแสงแดดและอากาศอบอุ่น (Atmosphere and Climate) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ และงานวิจัยของคุณคมสิทธิ์

เกียนวัฒนา คุณสุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และคุณวิภาวดี ลีมี้งสวัสดิ์ ในปี 2561 ที่พบว่าแรงจูงใจ หรือแรงดึงหลัก (Pull Motivations) หลักของนักท่องเที่ยว คือ บรรยากาศ และทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยครั้งนี้ กล่าวว่าลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะส่งเสริมให้พวกเขาบรรลุแรงผลักดันของเขาได้ นั่นคือแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะสวยงาม เงียบสงบ มีอากาศที่บริสุทธิ์ ทำให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบรรลุจุดประสงค์ของความต้องการมีสุขแบบองค์รวม มีหนึ่งข้อมูลที่น่าสนใจ คือ ผู้ใหญ่ข้อมูลสำคัญให้สัมภาษณ์ว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายทะเลส่งเสริมพลังของการฝึกโยคะแบบใช้พลัง ในทางตรงกันข้ามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภูเขาจะส่งเสริมความเงียบสงบ

“ความพร้อมของจุดหมายปลายทาง (Destination Readiness)” เองก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยด้านแรงดึง (Pull Motivations) ที่มีความสำคัญกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยปัจจัยนี้มีความหมายใน 2 แง่มุม คือ ส่งอำนวยความสะดวก (Facility) สำหรับการจัดสัมมนา หรือการบรรยายเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับโยคะ ตัวอย่างเช่น เครื่องฉายภาพสำหรับการนำเสนอ หรือห้องจัดประชุมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ และความเพียงพอของจำนวนห้องพักกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว เพราะจากข้อมูลที่ได้แม้ห้องพักโยคะจะมีขนาดใหญ่รองรับผู้ฝึกได้จำนวนมาก แต่ห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงโยคะที่ต้องพักระยะยาวในสถานที่แห่งนั้นตลอดการฝึกยังมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Ida Ayu Kartika Maharani, Ida Bagus Made Wisnu Parta และ Ida Bagus Putu Supriadi (2020) เรื่องของความเข้าถึงอุปกรณ์สนับสนุนการฝึกโยคะที่มีอย่างเหมาะสมเพียงพอ โดยประเด็นนี้ยังมีความเกี่ยวเนื่องถึงการจัดงานเทศกาลเกี่ยวกับโยคะที่มีขนาดใหญ่ เพราะความร่วมมือสำหรับการให้บริการห้องพักของโรงแรมยังมีไม่เพียงพอ ทำให้ผู้จัดงานไม่สามารถขยายขนาดของเทศกาลให้ใหญ่ขึ้นได้

โดยปัจจัยเรื่อง “ความเป็นส่วนตัว (Privacy)” เป็นปัจจัยด้านแรงดึง (Pull Motivation) ที่สนับสนุนการฝึกโยคะทั้งทางร่างกาย และจิตใจ ก่อให้เกิดสมาธิ ก่อนให้เกิดการพัฒนาสุขภาพไปสู่สุขภาพแบบองค์รวม เช่นเดียวกับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แต่ยังไม่มียานวิจัยที่พบในขั้นตอนของการทบทวนวรรณกรรมกล่าวถึงปัจจัยดังกล่าว

ปัจจัยสุดท้ายที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของจุดหมายปลายทาง คือ “ปัจจัยเรื่องการเข้าถึง (Accessibility)” โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญมักจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโยคะที่สามารถเดินทางได้สะดวก ใกล้กับแหล่งที่พักอาศัยของตัวเอง เนื่องจากระยะเวลาการฝึกที่ค่อนข้างจำกัด การลดระยะเวลาการเดินทางจึงเป็นสิ่งที่ผู้ฝึกโยคะให้ความสำคัญ แต่หากการท่องเที่ยวเชิงโยคะนั้นจัดในพื้นที่ห่างไกลจากแหล่งที่พัก เช่น เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกาะขาน้อย กระบี่ หรืออำเภอ

ปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผู้ฝึกโยคะจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการคมนาคมขนส่งรองรับเพื่อลดระยะเวลาการเดินทาง เช่น มีสนามบินใกล้เคียง หรือมีสนามบินนานาชาติสำหรับชาวต่างชาติเป็นต้น ซึ่งจุดนี้เป็นจุดที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามกลุ่มมีความเห็นที่ตรงกัน นั่นคือผู้ฝึกโยคะ และผู้สอนโยคะอยากได้สถานที่ที่เดินทางสะดวก ทางผู้จัดงานก็มักจะเลือกจัดงานสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางได้สะดวกเช่นกัน โดยปัจจัยนี้มีความสอดคล้องกับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการเดินทางที่ยากลำบาก ไม่สะดวกสบายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงโยคะที่เมืองฤๅษีเกศ ประเทศอินเดีย ตามงานวิจัยของ Adarsh Kumar Aggarwal Meenal Guglani และ Dr. Raj Kumar Goel ในปี 2008 เพราะนักท่องเที่ยวต้องนั่งเครื่องบินไปลงที่เมืองนิวเดลี แล้วต่อรถไปยังฤๅษีเกศซึ่งใช้เวลาเกือบทั้งวัน แต่เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวถูกศึกษาในปี 2008 ซึ่งปัจจุบันรัฐบาลของอินเดียเองก็เล็งเห็นความสำคัญของปัจจัยนี้ และพัฒนาการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเพิ่มเส้นทางทางบินไปเมืองเดห์ราดุน (Dehradun) เพื่อลดระยะทางการนั่งรถต่อไปที่เมืองฤๅษีเกศ เหลือเพียง 35 กิโลเมตร โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโยคะที่เมืองฤๅษีเกศในงานวิจัยนี้ ก็ให้ข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันว่าเมื่อก่อนการเดินทางไปที่เมืองฤๅษีเกศค่อนข้างลำบากมากทีเดียว

5.3 ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

นอกจากปัจจัยด้านแรงผลักและแรงดึง (Push and Pull Motivations) ที่มีผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่น่าสนใจสำหรับการพัฒนาศักยภาพโยคะของประเทศไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยคือ ปัจจัยสนับสนุนด้านแรงผลัก (Push Motivations) ปัจจัยสนับสนุนด้านแรงดึง (Pull Motivations) และปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงโยคะของประเทศไทยในภาพรวม

5.3.1 ปัจจัยสนับสนุนด้านแรงผลัก (Push Motivations)

ปัจจัยสนับสนุนด้านแรงผลัก (Push Motivations) ที่พบในงานวิจัยครั้งนี้ คือ “การให้ความรู้เกี่ยวกับโยคะที่แท้จริงกับคนทั่วไปรวมถึงผู้ฝึกโยคะ (Yoga Knowledge)” โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่คิดว่าโยคะเป็นแค่การออกกำลังกาย เน้นความยืดหยุ่น คนที่ทำท่ายากหรือพิสดารได้คือคนที่เก่ง แต่โดยเนื้อแท้ของโยคะแล้ว โยคะ คือรูปแบบของการใช้ชีวิต เป็นศาสตร์ที่เสริมสร้างความสมดุลของทั้งร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ อาจเรียกได้ว่าโยคะคล้ายกับศาสนา เพราะโยคะก็ประกอบด้วย 8 องค์ หรือมรรค 8 (8 Limbs of Yoga) จุดสูงสุดของการฝึกโยคะคือสมาธิ (Samadhi)

ท่าอากาศยานที่เรามักเห็นตามสื่อสังคมออนไลน์เป็นเพียงเครื่องมือที่ใช้เพื่อฝึกจิต และสมาธิของเราให้หนึ่ง การเรียนโยคะที่แท้จริง จึงเป็นการเรียนถึงรูปแบบการใช้ชีวิตแบบคนอินเดียหรือโยคี ผสมผสานกับปรัชญาแบบดั้งเดิมอย่างลงตัว

5.3.2 ปัจจัยสนับสนุนด้านแรงดึง (Pull Motivations)

สำหรับปัจจัยสนับสนุนด้านแรงดึง (Pull Motivations) เป็นปัจจัยที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับโยคะโดยตรง แต่เป็นปัจจัยเสริมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวถึงประเทศไทยจะมีความพร้อมมากเพียงใดในการรับนักท่องเที่ยวเชิงโยคะทางทั่วโลก แต่สิ่งหนึ่งที่ประเทศไทยไม่สามารถทดแทนอินเดียได้คือความเป็นจุดกำเนิดหรือต้นตำรับของโยคะ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นจุดเด่นของประเทศไทยหลายข้อที่น่าจะดึงมาใช้เป็นตัวเสริมสำหรับแรงดึงจากตัวของสถานที่ท่องเที่ยว หรือการสอนโยคะเอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของสถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2560) ที่สนับสนุนว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถผลักดันควบคู่รวมกับการท่องเที่ยวแบบอื่นได้ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) เป็นต้น ซึ่งปัจจัยที่คัดเลือกมานี้ ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอื่น ภูมิปัญญาไทย อาหารไทย และวัฒนธรรม และการใช้ชีวิตของคนไทย

ปัจจัยแรกคือ “กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอื่น” คือกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างอื่น นอกเหนือจากโยคะ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ว่า ปัจจุบันหลายสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางเองก็เริ่มนำกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพแบบองค์รวมเข้ามาผสมผสาน เช่น Ecstatic Dance ที่เป็นการกิจกรรมประกอบเสียงเพลงคล้ายกับการเดินจงกรม หรือ Healing Bowl เป็นการปลดปล่อยพลังในร่างกายโดยอาศัยการสั่นของขันโลหะที่มีลักษณะคล้ายกับบาตรพระ รวมถึงงานเทศกาลโยคะประจำปีระดับนานาชาติที่จัดขึ้นในประเทศไทยก็เลือกที่จะผสมผสานกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพหลายๆอย่างไว้ด้วยกัน ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวเชิงโยคะในครั้งนั้นคุ้มค่า เพราะได้สัมผัสกิจกรรมหลายอย่าง มีงานวิจัยของ คุณคมลธิ์ เทียนวัฒนา คุณสุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และคุณวิภาวดี ลีมีงสวัสดิ์ ในปี 2561 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจมีหลายอย่าง เช่น การชกมวยไทย ดังนั้นการเพิ่มกิจกรรมเชิงสุขภาพ จะเหมือนเป็นการเพิ่มตัวเลือกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ปัจจัยที่สอง “ภูมิปัญญาไทย” ได้แก่การทำสปา การนวดแผนไทย หรือสมุนไพรไทย เป็นสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลคิดว่าเป็นจุดเด่นของประเทศไทย สามารถประยุกต์ให้เข้ากับการฝึกโยคะได้อย่างลงตัว เช่น การนวดไทยเพื่อผ่อนคลายหลังจากการฝึก หรือการแช่เท้าโดยใช้สมุนไพรไทย เป็น

ต้น ดังนั้นสิ่งเหล่านี้จึงน่าจะผลักดันร่วมกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย เพราะช่วยบำบัด ทั้งร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จากผลงานวิจัยของคุณคมลสิทธิ์ เกียนวัฒนา คุณสุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และคุณวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์ (2561) พบว่าการนวดแผนไทย เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกเป็นอันดับ 1

ปัจจัยที่สาม คือ “อาหารไทย” ซึ่งเป็นจุดเด่นอีกอย่างหนึ่งของประเทศไทย อาหารเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญต่อสุขภาพ ตามตำราอายุรเวทของอินเดีย โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญคิดว่า ประเทศไทยอยู่ในภูมิศาสตร์ที่อุดมสมบูรณ์ อาหารไทยอร่อย มีความหลากหลาย แม้การฝึกโยคะจะเน้นการรับประทานอาหารประเภทมังสวิรัต เน้นการปรุงอาหารด้วยตนเอง แต่อาหารก็สามารถประยุกต์ให้เข้ากับหลักความรู้ตามตำราอายุรเวทได้ลงตัว

ปัจจัยสุดท้าย เป็นเรื่องของ “วัฒนธรรมและการใช้ชีวิตของคนไทย” นอกจากประเทศไทยจะมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว ในแต่ละภาคของประเทศไทยก็มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะทางภาคเหนือ ยังมีชาวเขาหลากหลายชนเผ่าอาศัยอยู่มาก นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมและประสบการณ์ที่แตกต่าง ตรงตามผลงานวิจัยในปี 2561 ของคุณคมลสิทธิ์ เกียนวัฒนา คุณสุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และคุณวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์ ที่นักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายในการเรียนรู้วิถีชีวิตที่แตกต่าง โดยงานวิจัยครั้งนี้ก็มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาฝึกโยคะที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีจุดมุ่งหมายเพื่อเรียนรู้การใช้ชีวิต และวัฒนธรรมของชนพื้นเมืองในแถบนั้น ทางรีสอร์ทสุขภาพจึงเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น พานักท่องเที่ยวไปเดินตลาดของชาวบ้าน เข้ามาในตารางของการท่องเที่ยวเชิงโยคะด้วย นอกจากนี้ด้วยลักษณะของคนไทยที่มีเป็นมิตร ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีใจรักการบริการ พร้อมทั้งจะสื่อสารไม่ว่าจะภาษาพูด หรือภาษา กาย ก็เป็นปัจจัยชั้นดีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

5.3.3 ปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงโยคะของประเทศไทยในภาพรวม

ปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงโยคะของประเทศไทยในภาพรวมนี้ เป็นปัจจัยที่มาจากแนวคิดความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public Private Partnership หรือ PPP) จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามกลุ่ม ทางผู้วิจัยแยกแนวคิดนี้ออกเป็น 3 ประเด็นหลัก คือ การช่วยเหลือจากภาครัฐ การรวมกลุ่มกันของภาคเอกชน และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

5.3.3.1 การช่วยเหลือจากภาครัฐ

สำหรับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือจากภาครัฐ นี้จะเกี่ยวกับข้อบกพร่องของระบบการท่องเที่ยวเชิงโยคะที่มีอยู่ในปัจจุบัน หรือสิ่งที่สามารถพัฒนาขึ้นเพื่อ

ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงโยคะของประเทศไทยได้ในภาพรวม ซึ่งรัฐบาลสามารถเข้ามาจัดการ หรือให้การสนับสนุนภาคเอกชนได้ โดยปัจจัยหลักที่รัฐบาลควรเข้ามาช่วยเหลือ ประกอบด้วย

“การสอนภาษา” ทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาที่สาม ตามกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร เช่น จีน ญี่ปุ่น หรือรัสเซีย เป็นต้น ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ แม้ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะ เช่น โรงแรม รีสอร์ท จะมีความพร้อมด้านภาษาอยู่แล้ว โดยเลือกรับพนักงานที่มีความสามารถทางภาษา แต่ในมุมมองของผู้สอนโยคะ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญยังรู้สึกว่าการสื่อสารภาษาอังกฤษ ยังเป็นปัญหาในการสื่อสารตลอดชั่วโมงการสอน ซึ่งปัญหานี้เป็นปัญหาที่พบในประเทศอินเดีย ตามงานวิจัยของ Adarsh Kumar Aggarwal Meenal Guglani และ Dr. Raj Kumar Goel (2008) เช่นกัน

ปัจจัยถัดมาเป็นเรื่องของ “การจัดการและควบคุมราคาของสินค้าและบริการ” ซึ่งปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ เป็นหนึ่งปัจจัยที่ถูกให้ความสำคัญจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยในบทวิเคราะห์ของ Ida Ayu Kartika Maharani, Ida Bagus Made Wisnu Parta และ Ida Bagus Putu Supriadi (2020) สำหรับงานวิจัยนี้ประเด็นเรื่องสินค้าและบริการที่ควรแก้ไข คือ ราคาของสินค้าและบริการในอัตราที่ต่างกันสำหรับชาวไทยและชาวต่างชาติ ชาวต่างชาติมักต้องจ่ายค่าสินค้าและบริการในอัตราที่สูงกว่า นอกจากนี้เมื่ออุปสงค์ต่อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น แม้แต่ชาวไทยเองก็เจอปัญหาว่าราคาของโรงแรมสูงขึ้นหน้างานแม้จะมีการตกลงราคาไว้ก่อนแล้ว และปัญหาข้อสุดท้ายคือราคาของสินค้าและบริการในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น เชียงใหม่ พังงายื่น กระบะต่อคนในประเทศเช่นกัน

และปัจจัยสุดท้ายคือการ “ช่วยเหลือผู้ประกอบการในเชิงรุก” เพราะปัจจุบันรูปแบบการทำงานของรัฐบาลส่วนใหญ่ยังเป็นเชิงรับ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนมากยังรู้สึกว่าตนยังไม่ได้ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐบาล นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่ได้รับการดูแลโดยหน่วยงานรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว จะเป็นผู้ประกอบการประเภทโรงแรม หรือรีสอร์ท เป็นส่วนใหญ่ ทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นโรงเรียนสอนโยคะ ที่ตั้งอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวถูกละเลย

5.3.3.2 การรวมกลุ่มกันของภาคเอกชน

“การรวมกลุ่มกันของภาคเอกชน” เป็นปัจจัยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวถึง โดยคำว่ากรรวมกลุ่มของภาคเอกชน หมายถึง การรวมกลุ่มของโรงเรียนโยคะ สตูดิโอ โรงแรม หรือรีสอร์ทเชิงสุขภาพที่ให้บริการด้านโยคะ จากทั่วประเทศให้เกิดความเข้มแข็งในกลุ่มธุรกิจ เกิดการทำงานและแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน ให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นข้อมูลได้ว่าหาเขาต้องการจะท่องเที่ยวเชิงโยคะ มีที่ใดให้บริการบ้าง แม้ปัจจุบันจะมีผู้ประกอบการหลายรายรวมกลุ่มกัน เช่น กลุ่มผู้ประกอบการโยคะในเขตภาคเหนือ แต่หากผู้ประกอบการโยคะทั่วประเทศสามารถรวมกลุ่มกันได้จะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงโยคะทำได้ดีขึ้นในอนาคต

5.3.3.3 ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

สำหรับประเด็นที่ต้องอาศัย “ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน” คือการพัฒนาให้โยคะเชิงท่องเที่ยวเป็นธุรกิจของประเทศไทย (Local Business) เพื่อสร้างรากฐานของธุรกิจนี้ให้มั่นคง และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะให้คนทั่วโลกได้เห็น รวมถึงลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลาดต่างประเทศมากเกินไปอีกด้วย



บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ และการอภิปรายผลการวิจัยในบทที่ 5 ของงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย ทางผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์งานวิจัยในบทที่ 1 และเสนอข้อเสนอแนะไว้ในรายละเอียดของบทที่ 6 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ โดยประกอบไปด้วยหัวข้อหลักดังนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย (Discussion)

6.2 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

6.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ (Strategic Implication)

6.2.2 ข้อจำกัดงานวิจัย (Limitation)

6.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต (Recommendation for further study)

6.1 สรุปผลการวิจัย (Discussion)

จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มผู้ฝึกโยคะจำนวน 10 คน ผู้สอนโยคะจำนวน 12 คน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยอีก 11 คน สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์งานวิจัยที่ตั้งไว้ได้เป็น 2 ประเด็นคือ

ประเด็นที่ 1 ปัจจัยด้านแรงผลักและแรงดึง ตามทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง (Push and Pull Motivations) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกกลุ่ม โดย **แรงผลัก (Push Motivations)** หรือปัจจัยภายในของผู้ฝึก ที่มีความสำคัญกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย การพัฒนาศักยภาพเชิงโยคะ (Yoga Skill Improvement) ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เกี่ยวเนื่องกับความต้องการส่วนบุคคลในการพัฒนาความรู้รอบด้านเกี่ยวกับโยคะ ทั้งในแง่ของการฝึกทางร่างกาย จิตใจ และเชิงทฤษฎี และความต้องการมีสุขภาพดีแบบองค์รวม (Holistic Health) ทั้งด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านจิตวิญญาณ เป็นไปตามแนวคิดเรื่องความต้องการของมนุษย์ด้านสุขภาพ (Hierarchy of Healthcare Need) โดยโยคะจะเข้ามาเติมเต็มความต้องการที่นอกเหนือ

การแพทย์ขั้นพื้นฐาน เพื่อให้คนมีสุขภาพที่ดีแบบยั่งยืน ตามความต้องการในระดับที่ 5 หรือ ความต้องการสุขภาพที่เหมาะสมที่สุด (Optimal Health)

สำหรับปัจจัยภายนอก หรือ แรงดึง (Pull Motivations) ที่จุดหมายปลายทางดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวที่พบประกอบด้วย การใช้ครูผู้สอนที่มีชื่อเสียง (Instructor Reputation) เชี่ยวชาญ มีความสามารถในการดึงดูด เพื่อเติมเต็มความต้องการของผู้ฝึกในการพัฒนาศักยภาพเชิงโยคะได้อย่างเหมาะสม และเรื่องลักษณะของจุดหมายปลายทาง (Destination Landscape) ประกอบด้วยตัวแปรย่อยหลายตัวที่ถูกกล่าวถึง ประกอบด้วย ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นของประเทศไทย ด้วยข้อได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศมีความแตกต่างและความสวยงาม เกิดความหลากหลายให้เป็นที่เลือกแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ประเทศไทยยังอยู่ใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้ประเทศไทยมีอากาศอบอุ่น และแสงแดดตลอดปี แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มีความต่างนี้ก็มีความเหมาะสมกับการฝึกโยคะในรูปแบบที่ต่างกันไป จุดเด่นอีกข้อคือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะ (Accessibility) เพราะระบบการคมนาคมขนส่งของประเทศไทยค่อนข้างครบถ้วนและครอบคลุม ทั้งทางบก และทางอากาศ มีสนามบินแห่งชาติพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ ปัจจัยอื่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวโยคะได้อีกก็ความเป็นส่วนตัว (Privacy) ของสถานที่ท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการฝึกโยคะ รวมถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว (Readiness) ทั้งด้านของอุปกรณ์สนับสนุนการสอนเชิงทฤษฎี เช่น เครื่องฉายภาพ และความเพียงพอของสถานที่ฝึกและห้องพัก ก็มีความสำคัญเช่นกัน

นอกจากนี้ ยังพบประเด็นอื่นที่มีความสำคัญ แต่ไม่ได้เป็นแรงผลักและแรงดึง (Push and Pull Motivations) โดยตรง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเข้ามาสนับสนุนแรงผลักและแรงดึงอีกต่อหนึ่ง คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับโยคะที่แท้จริงแก่ผู้ฝึกโยคะและประชาชนเพื่อเพิ่มแรงผลัก (Push Motivations) และเพิ่มปัจจัยสนับสนุนแรงดึง (Pull Motivations) ให้การท่องเที่ยวเชิงโยคะนั้นน่าสนใจมากขึ้น โดยการเพิ่มกิจกรรมเชิงสุขภาพเข้ามาเสริม เสริมภูมิปัญญาไทย เช่น การนวดไทย สมุนไพรไทย พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงโยคะให้เติบโตควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นต้น และยังพบประเด็นสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาผ่านแนวคิดความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public Private Partnership: PPP) ได้แก่ ความพร้อมด้านภาษา การควบคุมราคาของสินค้าและบริการให้เหมาะสม รวมไปถึงการสร้างกลุ่มของผู้ประกอบการ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงโยคะต่อไป

ประเด็นที่สอง คือการวางกลยุทธ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย ทางผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทยจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ ซึ่งจะขอก้าวในหัวข้อถัดไป

6.2 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

6.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ (Strategic Implication)

สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการเอกชน

1) ผู้ประกอบการเอกชนควรนำเสนอเอกลักษณ์ ความเป็นตัวตน เพื่อสร้างจุดเด่น ความชัดเจน ให้เห็นถึงข้อดีของความแตกต่างของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้พร้อมสำหรับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงโยคะให้กับทุกคนได้รับรู้ อาจพ่วงร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอื่น ๆ ที่มีแรงดึงดูดสูง เช่น อาหารไทย การนวดไทย หรือ สมุนไพรไทย เป็นต้น หรือจะผสมผสานเข้ากับจุดเด่นด้านอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงโยคะร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในจังหวัดเชียงราย หรือร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวเขาในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ก็สามารถทำควบคู่กันได้เป็นอย่างดี

2) ออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบของคอร์สโยคะให้มีความหลากหลาย ทั้งในแง่ของเนื้อหาการสอน และระยะเวลาของคอร์สเรียน เนื่องจากผู้ฝึกโยคะบางคนมีความสนใจเฉพาะเรื่อง ในขณะที่เดียวกันบางคนอาจต้องการเรียนโยคะหลายๆด้านไปพร้อมกัน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนมาก ไม่สามารถเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงโยคะได้นานมากนัก เนื่องจากติดปัญหาเรื่องการลาติดต่อกันหลายวัน ต่างจากชาวต่างชาติที่สามารถลาติดต่อกันได้หลายสัปดาห์ ดังนั้นความหลากหลายของรูปแบบคอร์สจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ตอบรับกับความต้องการของผู้ฝึกโยคะที่มีความต้องการรูปแบบการเรียนที่แตกต่างกันได้

3) การพัฒนาบุคลากร ผู้สอนโยคะที่มีความสามารถ เนื่องจากผู้สอนโยคะเปรียบเสมือนส่วนประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ เพื่อสร้างความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย เพราะความมีชื่อเสียงของผู้สอนโยคะ ที่เกิดจากความเชี่ยวชาญ และการสั่งสมประสบการณ์ของผู้สอนเป็นแรงดึง (Pull Motivations) ที่แรง และมีความสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ผู้ฝึกโยคะส่วนมากจะเลือกการท่องเที่ยวเชิงโยคะของพวกเขาจากตัวของผู้สอน โดยมองสถานที่ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยรอง

4) ผู้ประกอบการควรเตรียมแหล่งฝึก หรือสถานที่ของตนให้เพียงพอ และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงโยคะ เช่น การจัดเตรียมสถานที่สำหรับฝึก

โยคะให้ผู้ฝึกได้ใกล้ชิดธรรมชาติ และอากาศที่บริสุทธิ์ มีความเป็นส่วนตัว ห่างไกลจากความวุ่นวาย ส่งเสริมการฝึกโยคะทุกรูปแบบ จัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้ครบครันสำหรับการบรรยายเชิงทฤษฎี หากเป็นการจัดการเรียนระยะยาวต้องคำนึงถึงความสะดวกของห้องพักว่ามีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน หากห้องพักมีอยู่อย่างจำกัดอาจสร้างความร่วมมือกับกับผู้ให้บริการที่พักรองถิ่นในบริเวณใกล้เคียง เพื่อป้องกันข้อจำกัดด้านสถานที่ที่อาจตามมา

สำหรับกลุ่มหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

1) หน่วยงานรัฐบาลด้านการท่องเที่ยวควรเริ่มสนับสนุนผู้ประกอบการแบบเชิงรุกมากขึ้น เช่น การลงพื้นที่ หรือประชาสัมพันธ์ และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการภาคเอกชน ออกแบบ และนำเสนอผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะมากขึ้น เพราะปัจจุบัน ผู้ประกอบการรู้สึกว่าคุณยังไม่ได้รับการสนับสนุน หรือช่วยเหลือจากทางรัฐบาลเพียงพอ การประชาสัมพันธ์จะช่วยให้ฝั่งผู้ประกอบการเข้าใจรูปแบบการทำงานของหน่วยงานรัฐบาลมากขึ้น

2) หน่วยงานรัฐบาลด้านการท่องเที่ยวควรขยายขอบเขตของการดูแลให้กว้างขึ้น เช่น โรงเรียนสอนโยคะ เพราะปกติกลุ่มเป้าหมายหลักที่ได้รับการดูแลจากหน่วยงานรัฐบาล คือ ผู้ประกอบการ ประเภทโรงแรม และรีสอร์ท โรงเรียนโยคะที่สังกัดภายในกระทรวงศึกษาธิการ จึงอาจไม่ได้รับการสนับสนุนที่ดีมากเพียงพอ แม้โรงเรียนโยคะเหล่านั้นจะตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวก็ตาม

3) ภาครัฐควรเข้ามาช่วยควบคุมของราคาสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่สูงมากจนกระทบการท่องเที่ยวในภาพรวม ลดการเก็บราคาสินค้าและบริการที่แบ่งเป็นหลายอัตรา เช่น ราคาสำหรับชาวไทย หรือราคาสำหรับชาวต่างชาติ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีแก่การท่องเที่ยวเชิงโยคะภายในประเทศ

4) ให้การสนับสนุนภาคเอกชนด้านภาษาสำหรับผู้ประกอบการเอกชน โดยมุ่งเน้นภาษาหลักเช่น ภาษาอังกฤษ หรือภาษาจีน อาจสนับสนุนภาษาที่สามเพิ่มเติมตามกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก เช่น ภาษาญี่ปุ่น และรัสเซีย เป็นต้น เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยวโยคะจากต่างชาติ เนื่องจากผู้สอนโยคะหลายท่านยังรู้สึกว่าภาษาอังกฤษเป็นเหมือนอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินการสอน อาจให้บริการล่ามช่วยแปลภาษา หรือเปิดคอร์สเรียนภาษาสำหรับผู้ประกอบการเอกชนเฉพาะกลุ่ม เช่น ภาษาอังกฤษสำหรับโยคะ เป็นต้น

สำหรับความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน

ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงโยคะให้เป็นธุรกิจของประเทศไทย เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งของรากฐานการท่องเที่ยวเชิงโยคะของประเทศเช่นเดียวกับประเทศอินเดีย ให้พร้อมที่จะเติบโตในอนาคตอย่างยั่งยืน ร่วมกับการพัฒนาครูผู้ฝึกโยคะที่มีความสามารถของภาคเอกชน และการให้ความรู้เกี่ยวกับโยคะให้แก่ประชาชนโดยภาครัฐบาล เช่น แนวทางการสร้างเสริมสุขภาพแบบองค์รวมด้วยโยคะ เป็นต้น นอกจากนี้จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านโยคะของประเทศไทยแล้ว ยังทำให้ธุรกิจโยคะในประเทศสามารถยืนหยัดได้ด้วยตัวไม่พึ่งพาลาดต่างประเทศมากเกินไป เหมือนกับช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะที่พึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน หรือเชียงใหม่ ได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างสูง สถานที่บางแห่งต้องปิดกิจการชั่วคราว หรือหันมารับนักท่องเที่ยวชาวไทยทดแทน ส่วนเทศกาลโยคะระดับนานาชาติก็ไม่สามารถจัดได้เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องการเดินทางระหว่างประเทศ

6.2.2 ข้อจำกัดงานวิจัย (Limitation)

- 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มผู้ฝึกโยคะเป็นเพศหญิงทั้งหมด ทำให้ข้อมูลผลจากการวิจัยที่ได้มาจากมุมมองของผู้ฝึกโยคะเพศหญิงเท่านั้น จึงอาจไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้ฝึกโยคะเพศชาย
- 2) ไม่สามารถเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการเอกชน และหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย ได้ครบตามที่กำหนดเป้าหมายไว้ เนื่องจากติดข้อจำกัดเรื่องสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้การขออนัดเพื่อเข้าพบทำได้ยาก แหล่งฝึกโยคะบางแห่งปิดกิจการชั่วคราวในช่วงที่เก็บข้อมูล ทำให้ต้องหาผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพิ่มเติม

6.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต (Recommendation for further study)

- 1) งานวิจัยนี้ถูกทำขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกือบทั้งหมดเป็นเก็บจากคนไทย เนื่องจากการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดนี้ทุเลาลงและการเดินทางระหว่างประเทศกลับเป็นปกติ อาจทำการวิจัยเพิ่มเติมในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวต่างชาติเพื่อขยายขอบเขตของงานวิจัย ให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากขึ้น เพราะจากการเก็บข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่าที่จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน กระบี่ เชียงใหม่ เชียงราย มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงกว่า

2) งานวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยการกำหนดจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะต่างจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดหลักของการฝึกโยคะในประเทศไทย แต่จากการสัมภาษณ์ในงานวิจัยนี้พบว่า เมื่อมองในอีกมุมหนึ่งกรุงเทพมหานครเองก็เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะที่อยู่ต่างจังหวัดเช่นกัน ดังนั้นอาจทำงานวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเชิงโยคะที่มีจุดหลายปลายทางเป็นกรุงเทพมหานครเพิ่มเติม

3) ลักษณะของจุดหมายปลายทาง (Destination Landscape) เป็นตัวแปรที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวถึงหลายครั้ง ดังนั้น ผู้วิจัยอาจทำการศึกษาเฉพาะลักษณะของจุดหมายปลายทางที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงโยคะเพียงปัจจัยเดียว แต่เลือกเพียงหนึ่งจุดหมายปลายทางเท่านั้น เช่น เลือกเก็บข้อมูลเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะที่เป็นชายทะเล หรือภูเขา เป็นต้น น่าจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากการเก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลที่กระจายทุกแหล่งท่องเที่ยวหลักของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ ผู้ให้ข้อมูลจะเลือกทะเลสำหรับการฝึกประเภทพลัง และเลือกภูเขาสำหรับการฝึกประเภทสมาธิ

4) จากข้อจำกัดงานวิจัยเรื่องกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในส่วนของผู้ฝึกโยคะในงานวิจัยครั้งนี้จำนวน 10 คน เป็นเพศหญิงทั้งหมด หากงานวิจัยครั้งถัดไป ผู้วิจัยอาจทำงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นเพศชายเพิ่มเติม เพื่อหาปัจจัยที่ผู้ฝึกโยคะเพศชายให้ความสำคัญ ซึ่งอาจจะเหมือน หรือต่างกับกับงานวิจัยครั้งนี้ก็ได้

5) การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพียงอย่างเดียว ผลที่ได้จึงเป็นข้อมูลที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ถูกคัดเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น หรือ Non-probability Sampling โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมงานวิจัยแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพียง 30 คน ซึ่งอาจไม่เพียงพอที่จะอนุมานไปสู่กลุ่มประชากรได้ ดังนั้น ผู้วิจัยควรนำปัจจัยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวถึงในงานวิจัย ไปทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้น สำหรับใช้ยืนยันผลเพื่อขยายผลไปสู่กลุ่มประชากรได้

บรรณานุกรม

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สรุปแนวทางการจัดเก็บข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย*.
- กองการแพทย์ทางเลือก กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2551). *โยคะ เพื่อสุขภาพขั้นพื้นฐาน*. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.
- จินนพัช ปทุมพร. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในการใช้บริการกิจกรรมเพื่อสุขภาพในหัวหิน ประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2560*.
- ชินนภา นิลสนธิ, และ สุวารี นามวงศ์. (2561). ปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพะที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เชียงใหม่. *Dusit Thani College Journal Vol. 12 No. 2*.
- ชินนภา นิลสนธิ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพะด้านการพัฒนาการฟื้นฟูสุขภาพ: ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่.
- เชียงใหม่นิวส์. (2 กุมภาพันธ์ 2563). งาน *Pai Yoga Festival 2020* (เทศกาลโยคะเมืองปาย) ครั้งที่ 3. เข้าถึงได้จาก เชียงใหม่นิวส์:
<https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/1251099/>
- ณัฐพงศ์ พันธเสน. (2554). ภาควิชาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนกับประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานหมุนเวียน. *คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*.
- ณริญา วีระกิจ, ชัยนันต์ ไชยเสน, พุทธพร อักษรไพโรจน์, และ ศศิธร สนเปี่ยม. (ม.ป.ป.). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางนานาชาติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. 2560.
- ต่อ อวตารกุล. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนโยคะ ของผู้เรียนโยคะในเขตกรุงเทพมหานคร.
- ธาราพร พรหมอาสา. (2561). โยคะและการบำบัดแบบองค์รวม. *สาขาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์*.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นฤมล รัตนไพจิตร, ราตรี เขียวรอด, และ ตริวนันท์ เนื่องอุทัย. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช.
- ปัทิตตา อาจารย์ยะ อาจารย์ยะ. (2561). ผู้หญิงกับโยคะ : วาทกรรมสุขภาพและปฏิบัติการทางร่างกายในสังคมไทย. ภาควิชามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรพล น้อยธรรมราช. (2562). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.).
- ภาสันต์ ไชยดา. (24 April 2018). *สะสมไมล์ฝึกโยคะทั่วโลก*. เข้าถึงได้จาก Traveller's Companion เพื่อนเดินทาง: <https://tcompanion.com/mood/content/28>
- มีนา กลการวิทย์. (พฤษภาคม 2560). *อินเดียเร่งเครื่อง หวังดึงนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก*. เข้าถึงได้จาก Thailand-India Business Information Center: <https://thaiindia.net/information/in-focus/item/2846-india-driving-toursim-attracting-tourist-from-all-over-the-world.html>
- เยาวเรศ สมทรัพย์, เพียว เกษตรสมบูรณ์, สุริย์พร กฤษเจริญ, และ กัญจน์ พลอินทร์. (2548). ผลของการฝึกโยคะต่อภาวะสุขภาพวัยรุ่นหญิง. *สงขลานครินทร์เวชสาร* ปีที่ 23 ฉบับที่ 3 พ.ค. - มิ.ย. 2548.
- สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). *รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และท่องเที่ยวสุขภาพ*.
- สยามรัฐออนไลน์. (8 กุมภาพันธ์ 2562). *นักท่องเที่ยวร่วมเล่น โยคะ งาน 'Hua Hin Yoga Festival' แน่นหาค*. เข้าถึงได้จาก สยามรัฐ: <https://siamrath.co.th/n/64665>
- สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 . ประเทศไทย*.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2556). *เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว (Tourism Economics)*.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท. (2561). *นิยามศัพท์ด้านการท่องเที่ยว*.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2563). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. เข้าถึงได้จาก สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก:
<https://www.eeco.or.th/th/high-value-and-medical-tourism-industries>
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (ม.ป.ป.). *แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว*.
- สิริพิมล อัญชลีสังกาศ. (2562). โยคะ. *สำนักงานการแพทย์ทางเลือก กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก*.
- Adarsh Kumar Aggarwal, Meenal Guglani, และ Raj Kumar Goel. (2008). *Spiritual & Yoga Tourism: A case study on experience of Foreign Tourists visiting Rishikesh, India. Conference on Tourism in India - Challenges Ahead, 15-17 May 2008, IIMK .*
- Bagus Made Wisnu Parta, Bagus Putu Supriadi Ayu Kartika Maharani. (2020). *Factors Influencing Yoga Tourism in Bali: Conceptual Framework Model. Vidyottama Sanatana International Journal of Hindu Science and Religious Studies Vol.4 No.1 May 2020.*
- Jim Adams, และ Neil Stuart. (2007). *The sustainability of Canada's healthcare system: a framework for advancing the debate.*
- Lung Ming Tsai, และ Kongkidakarn Sakulsinlapakorn. (2016). *Exploring Tourists' Push and Pull Travel Motivations to Participate in Songkran Festival in Thailand as a Tourist Destination: A Case of Taiwanese Visitors. Journal of Tourism and Hospitality Management, Sep.-Oct. 2016, Vol. 4, No. 5, 183-197.*
- Make My Trip. (ม.ป.ป.). *How To Reach Rishikesh*. เข้าถึงได้จาก Make My Trip:
<https://www.makemytrip.com/travel-guide/rishikesh/how-to-reach.html>
- Mario Franco, และ Cristina Estevas. (2010). *The Role of Tourism Public-Private Partnerships in Regional Development: A Conceptual Model Proposal. CADERNOS EBAPE, 600-612.*

บรรณานุกรม (ต่อ)

Melanie Smith, และ Laszlo Puczko. (2009). Health and Wellness Tourism.

Niratchaphorn Duangmoon. (23 May 2018). 20 อันดับเมือง จากประเทศแถบเอเชียที่มีค่าครองชีพ
สูงสุด ปี 2018. เข้าถึงได้จาก ScholarShip.in.th ทูเรียนต่อต่างประเทศ:

<https://www.scholarship.in.th/cost-of-living-asia/>

Patrick Holladay. (2014). Yoga Tourism.

Siripan Deesilatham. (2016). Wellness Tourism: Determinants of Incremental Enhancement in
Tourists' Quality of Life.

Siripen Yiamjanya, และ Kevin Wongleedee. (2014). International Tourists' Travel Motivation by
Push-Pull Factors and the Decision Making for Selecting Thailand as Destination
Choice . *World Academy of Science, Engineering and Technology, International
Journal of Humanities and Social Sciences, Vol:8, No:5, 2014* .

Workpoint TODAY Writer. (7 April 2564). Model' สร้างจุดแข็งร่วม สร้างจุดขายใหม่ ดันท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพกลับมาคึกคัก. เข้าถึงได้จาก Workpoint TODAY:

<https://workpointtoday.com/future-of-healthcare-2/>

World Economic Forum. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*.

World Health Organization. (2022 July 1947). *World Health Organization Constitution*. เข้าถึงได้
จาก World Health Organization: <https://www.who.int/about/who-we-are/constitution>

Yanhong Liu, Yunqiao Shi, Jingrong Zhou, และ Erwei Do. (2020). "Tourism+Yoga"

Development Strategy Study from Perspective of Embodied Cognition. *2020 the 6th
IEEE International Conference on Information Management*.



แบบสัมภาษณ์ (Interview Guide) สำหรับผู้ฝึกโยคะ
เรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมงานวิจัย

- โปรดแนะนำตัว
- คุณฝึกโยคะประเภทใดบ้าง โดยรวมแล้วคุณฝึกโยคะมาเป็นระยะเวลาอันนานแค่ไหน
- คุณเคยเข้าร่วมกิจกรรม Workshop หรือการท่องเที่ยวเชิงโยคะหรือไม่ หากเคยคุณช่วยเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะนั้นได้หรือไม่ ว่าเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 2 ประเด็นเกี่ยวกับแรงผลัก (Push Motive) ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

- คุณมีจุดประสงค์ สิ่งที่ต้องการ หรือความคาดหวังอย่างไรจากการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

ส่วนที่ 3 ประเด็นเกี่ยวกับแรงดึง (Pull Motive) ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

- คุณมีหลักเกณฑ์สำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการฝึกโยคะอย่างไร

ส่วนที่ 4 ประเด็นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

(Strategic Implication)

- คุณคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความพร้อมสำหรับการเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะระดับโลกหรือไม่ อย่างไร
- สิ่งที่คุณคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยควรปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนา อย่างไร หากต้องการเข้าไปแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงโยคะในระดับสากล
- คุณคิดว่าอะไรเป็นจุดเด่น หรือข้อแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย เพราะเหตุใด
- หากประเทศไทยสามารถผลักดันการท่องเที่ยวเชิงโยคะไปสู่ระดับสากลหรือนานาชาติได้ คุณคิดว่าจะมีประโยชน์อย่างไรบ้าง



แบบสัมภาษณ์ (Interview Guide) สำหรับผู้สอนโยคะ
เรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมงานวิจัย

- โปรดแนะนำตัว
- คุณฝึกโยคะประเภทใดบ้าง โดยรวมแล้วคุณฝึกโยคะมาเป็นระยะเวลาอันนานแค่ไหน
- คุณเคยเข้าร่วมกิจกรรม Workshop หรือการท่องเที่ยวเชิงโยคะหรือไม่ หากเคยคุณช่วยเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะนั้นได้หรือไม่ ว่าเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 2 ประเด็นเกี่ยวกับแรงผลัก (Push Motive) ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

- คุณมีจุดประสงค์ สิ่งที่ต้องการ หรือความคาดหวังอย่างไรจากการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

ส่วนที่ 3 ประเด็นเกี่ยวกับแรงดึง (Pull Motive) ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

- คุณมีหลักเกณฑ์สำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการฝึกโยคะอย่างไร หรือหากคุณจะเปิดสอนโยคะในเชิงท่องเที่ยวคุณมีเกณฑ์อย่างไรในการเลือกสถานที่

ส่วนที่ 4 ประเด็นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

(Strategic Implication)

- คุณคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความพร้อมสำหรับการเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะระดับโลกหรือไม่ อย่างไร
- สิ่งที่คุณคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยควรปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนา ous ไร หากต้องการเข้าไปแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงโยคะในระดับสากล
- คุณคิดว่าอะไรเป็นจุดเด่น หรือข้อแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย เพราะเหตุใด
- หากประเทศไทยสามารถผลักดันการท่องเที่ยวเชิงโยคะไปสู่ระดับสากลหรือนานาชาติได้ คุณคิดว่าจะมีประโยชน์อย่างไรบ้าง



แบบสัมภาษณ์ (Interview Guide) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงโยคะ
เรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมงานวิจัย

- โปรดแนะนำแหล่งฝึกโยคะ
- คุณคิดว่าประเทศไทยมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงโยคะอย่างไรบ้าง ในช่วงที่ผ่านมา

ส่วนที่ 2 ประเด็นเกี่ยวกับแรงผลักดัน (Push Motive) ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

- คุณคิดว่านักท่องเที่ยวเชิงโยคะส่วนใหญ่ มีจุดประสงค์ สิ่งที่ต้องการ หรือความคาดหวังอย่างไรจากการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

ส่วนที่ 3 ประเด็นเกี่ยวกับแรงดึงดูด (Pull Motive) ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

- คุณคิดว่านักท่องเที่ยวเชิงโยคะต้องการสถานที่ฝึกที่มีลักษณะอย่างไร
- ปัจจุบันแหล่งฝึกโยคะ สตูดิโอ หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะ จัดการแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่อย่างไรให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงโยคะ

ส่วนที่ 4 ประเด็นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวเชิงโยคะ

(Strategic Implication)

- คุณคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความพร้อมสำหรับการเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวเชิงโยคะระดับโลกหรือไม่ อย่างไร
- สิ่งที่คุณคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยควรปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาอย่างไร หากต้องการเข้าไปแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงโยคะในระดับสากล
- คุณคิดว่าอะไรเป็นจุดเด่น หรือข้อแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยคะในประเทศไทย เพราะเหตุใด
- หากประเทศไทยสามารถผลักดันการท่องเที่ยวเชิงโยคะไปสู่ระดับโลกหรือนานาชาติได้ คุณคิดว่าจะมีประโยชน์อย่างไรบ้าง

Certificated of Exemption

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน



COE No. MU-CIRB 2021/035.1501

Mahidol University Central Institutional Review Board

Certificate of Exemption

Title of Project: Destination Development of Yoga Tourism in Thailand

Protocol Number: MU-CIRB 2020/448.2212

Principal Investigator: Mr. Supakorn Pinthong

Co- Investigators: -

Affiliation: College of Management, Mahidol University

The criteria of Exemption: Research involving the use of interview procedures and:

- Recorded information CANNOT readily identify the subject (directly or indirectly/linked) OR
- Any disclosure of responses outside of the research would NOT place subject at risk (criminal, civil liability, financial, employability, educational advancement, reputation)

MU-CIRB is in full compliance with International Guidelines for Human Research Protection such as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guidelines and the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

Date of Determination: 15 January 2021

Signature of Chairperson:

(Emeritus Professor Dr. Wariya Chinwanno)

MU-CIRB Chair

MU-CIRB Address: Office of the President, Mahidol University, 4th Floor, Room Number 411

999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhonpathom 73170, Thailand

Tel: 66 (0) 2849 6224, 6225 Fax: 66 (0) 2849 6224

E-mail: mucirb@gmail.com Website: <http://www.sp.mahidol.ac.th>