

## การท่องเที่ยวเพื่อ (คุณภาพ) ชีวิต

## Tourism for (Quality of) Life

สรณ์นันท์ ตันติอุโฆษกุล อัครวงศ์\*

คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

นิตยศรี แสงเดือน

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

อนุมัติ ยูโซะ และ พรรณรัศมี เก่าธรรมสาร

สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

\*e-mail: sannan\_t@hotmail.com

Received: April 24, 2019

Revised: May 23, 2019

Accepted: June 11, 2019

Sannan Tantiukoskula Akarawong

Faculty of Management Science, Southern College of Technology

Nitsri Sangduen

Faculty of Science and Technology, Southern College of Technology

Anumat U-soh and Phannarat Gothamasan

Program in English for Communication, Southern College of Technology

## บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจและไม่ใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพและหารายได้ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวประเภทใด ถ้านักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการไปเที่ยวแต่ละครั้ง ก็จะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางบวกทั้งสิ้น ความพึงพอใจในชีวิต การมีความสุขโดยรวมในชีวิต เป็นความพึงพอใจประเภทหนึ่ง ซึ่งครอบคลุมถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีหรือมีความรู้สึกโดยรวมของสภาวะ ความผาสุกโดยรวมของปัจเจกบุคคล ความพึงพอใจในชีวิตเชิงบวกจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดี คุณภาพชีวิต (QOL) สามารถศึกษาได้ทุกระดับตั้งแต่ปัจเจกบุคคลไปจนถึงประเทศ และแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ Objective QOL ใช้เป็นตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ (รายได้ครัวเรือน ค่าครองชีพ สุขภาพ ฯลฯ) และ Subjective QOL ใช้เป็นตัวชี้วัดทางสังคมศาสตร์ (ความพึงพอใจในชีวิต ความสุข สภาวะสุขภาพ สบายใจ คุณภาพชีวิตที่ได้รับ ฯลฯ) คุณภาพชีวิตเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการบูรณาการด้านกายภาพ จิตใจ และจิตวิญญาณ การใช้ทฤษฎีคุณภาพชีวิตของคอปแลนด์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ผนวกกับทฤษฎีสภาวะ ทฤษฎีความพึงพอใจ และการจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวในด้านความภักดีของนักท่องเที่ยว การกลับมาเที่ยวซ้ำและการสื่อสารแบบปากต่อปาก คุณภาพชีวิตที่ได้นำเสนอประกอบด้วย 8 มิติ มีความเหมาะสมที่จะใช้ในการพัฒนาต้นแบบการท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิต หรือ ถ้าจำเป็นอาจต้องสร้างมิติใหม่ เพื่อการวิจัยการท่องเที่ยวไปในทิศทางสร้างนวัตกรรมและการสร้างสรรค์

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอแนวคิดของการท่องเที่ยวว่า มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและชีวิตโดยรวม การท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล ทุกเพศ ทุกวัย ล้วนส่งเสริมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและชีวิตที่ดีขึ้น โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีจุดหมายไปที่ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ สภาวะ เน้นการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ดังนั้น การท่องเที่ยวซึ่งเปรียบเสมือนเป็นยาอายุวัฒนะ แคได้เปลี่ยนสถานที่ที่ผ่อนคลาย ลดความเครียด มีความพึงพอใจ สบายใจ และมีความสุข ความพึงพอใจในชีวิตเชิงบวกจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีและมีชีวิตโดยรวมดีเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิด “การท่องเที่ยวเพื่อ (คุณภาพ) ชีวิต” ได้อย่างแท้จริง

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยว คุณภาพชีวิต ชีวิต

## Abstract

Tourism is a travel to and stay in places outside their normal place of residence, which willing to travel for leisure and not related to other business purposes. No matter what kind of tourism, if tourists satisfy with their journey, it will initiate their positive quality of life. Life satisfaction or overall life happiness can be broadly mean the good quality of life or subject well-being. The individual well-being and positive life satisfaction would lead to good quality of life. This paper attempts to bring the meaning underline the purpose of tourism, which is Quality of Life (QOL), into the spotlight. QOL can be studied at all levels from individual to national level, which can be categorized into 2 groups namely: 1) objective QOL, which can be used as an economic indicators (for example; household income, cost of living, health etc.) and 2) subject QOL, which can be used as social indicators (for example; life satisfaction, happiness, subject well-being, quality of life etc.) Quality of life is an outcome from the integrating of physical, mind and spiritual. Using the quality of life theory of leisure travel satisfaction appended with well-being theory and satisfaction theory and also expectancy confirmation theory, norms theories, equity theory and self-congruity theory would be beneficial to tourism industry in terms of tourist loyalty, repeat patronage and word-of-mouth. This paper also discussed about the relationship of 8 QOL domains in area of tourism to create the innovative tourism model. The objective of this manuscript was to present an opinion of tourism in terms of understanding relationships and impact on QOL as well as holistic life. Tourism for all is the key to build up the quality of life and the better life. Tourism industry focuses on serving all the tourist's desires emphasize on creating products and services for life up the quality of life. It can be said that tourism like elixir. Travel generates the leisure and relaxation; reduce stress, peace of mind and happiness. Positive life satisfaction would lead to overall good quality of life which genuinely consistent with the concept of tourism for (quality of) life.

**Keywords:** Tourism, Quality of Life, Life

## บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศพหุวัฒนธรรม มีประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเชื้อชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทำให้ประเทศไทยเปิดรับผู้คนหลายเชื้อชาติ สอดคล้องกับการเดินทางท่องเที่ยวแบบไร้ขีดจำกัด สะดวกสบาย และรวดเร็ว ที่นับวันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องมาโดยตลอด นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สามารถกระจายไปได้ทั่วโลก และเป็นที่ยอมรับว่าวัฒนธรรมที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกัน การท่องเที่ยวทำรายได้หลักให้กับประเทศและทำให้เกิดการกระจายรายได้กว้างขวางขึ้น จากเมืองหลักสู่เมืองรองและภูมิภาคสู่ผู้ประกอบการและคนไทยทุกระดับ ตอบสนองนโยบายของภาครัฐในการลดความเหลื่อมล้ำได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะถ้าให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ด้อยโอกาสให้มาก

ภาพรวมของการท่องเที่ยวตลอดปี 2560 (ณ 29 ธันวาคม 2560) รายงานว่า มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยกว่า 35 ล้านคนแล้ว รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์) และ ผู้ว่าการ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (นายกิตติพงษ์ กิตติขจร) พร้อมคณะ ได้ร่วมต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ คนที่ 35 ล้านคนของปี 2560 เป็นชาวเยอรมัน (นางสาวสเตฟานี แฮร์ริง) พร้อมมอบรางวัล (Komchadluek, 2017) นอกจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ทำรายได้เข้าประเทศสูงสุดเป็นอันดับที่ 1 แล้ว จากข้อมูลภาพรวมของประเทศไทยในปี 2560 ถึง ต้นปี 2561 สรุปไว้ดังนี้ ยอดนักท่องเที่ยวปี 2560 ทะลุ 35 ล้านคน ทำรายได้เข้าประเทศ 2.7 ล้านล้านบาท เป็นอันดับที่ 3 ของโลก กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก ประจำปี 2560 เชียงใหม่ครองอันดับที่ 3 เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก ประจำปี 2560 และประเทศไทยครองอันดับที่ 4 เป็นประเทศที่มีการท่องเที่ยวโดดเด่นมากที่สุดในโลก และเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นมากที่สุดในโลก เป็นอันดับที่ 7 ประเทศที่มีวัฒนธรรมทรวงอิทธิพลมากที่สุดในโลก อันดับ 17 ประเทศที่ดีที่สุดในโลกในภาพรวม อันดับ

ที่ 26 และ ประเทศที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีที่สุดในโลก อันดับที่ 29 และยังเป็นประเทศที่มีความสุขที่สุดในโลก 3 ปีซ้อน จากสำนักข่าว Boomborg (Thailand Skyline, January 13, 2018)

แนวโน้มการท่องเที่ยวปี 2562 การได้ไปท่องเที่ยวไม่เพียงเหมือนเดิมหลังชีวิต แต่ยังเป็นการสร้าง แรงบันดาลใจ สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ (Matichon, 2019) โดยผู้คนเลือกที่จะเดินทางแบบมีคุณภาพ สรรวจผ่านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งจะเป็ประโยชน์โดยตรงกับชุมชนท้องถิ่นที่พวกเขาไปเยี่ยมเยือน

ผู้จัดการทั่วไปประจำเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ย่องงและได้หวั่น (นายไมค์ ออร์กิล) กล่าวถึงการท่องเที่ยวในประเทศไทยว่า พบนักเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนมากขึ้นในปี 2561 นักท่องเที่ยวนิยมไปสถานที่ที่ไม่ค่อยมีคนไปมากนัก เพราะต้องการประสบการณ์ที่แท้จริง คาดว่าเทรนด์นี้จะต่อเนื่องไปในปี 2562 (Matichon, 2019) ซึ่งก็เป็นเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวระดับโลก ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์มากกว่าสิ่งของตาม 3 แนวทาง แนวโน้มที่มาแรง มีดังนี้ (1) โยคะแบบที่ไม่เคยทำมาก่อน เช่น โยคะบนหลังม้า โยคะม้าเพื่อสมาธิขั้นสูง ที่ลาพอร์เตคาร์เนตี้ รัฐอินเดียนา หรือ มาลิลู รัฐแคลิฟอร์เนีย และยอร์กเชียร์ อังกฤษหรือไวท์กับโยคะ เพื่อสร้างสมาธิอย่างผ่อนคลายแบบใหม่ที่ซานตาโกลา ประเทศชิลี เป็นต้น (2) สถานที่ท่องเที่ยวบอกเรื่องราวเก่า ๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ (หุบเขาส่วนตัวของกษัตริย์ที่ลักซอร์ อียิปต์) การสำรวจสภาพและประวัติศาสตร์ชาววูด นิวออร์ลีอัน การค้นหาอัญมณีที่ซ่อนอยู่ด้วยจักรยานยนต์ที่วูดเวสต์ อัมสเตอร์ดัม เป็นต้น และ (3) แพชั่นมัตย์ย้อนกลับมาเป็นที่นิยม เช่น ประสบการณ์ย้อนสมัยคราฟต์และมัตย์ย้อนกำลังเพิ่มเป็นสองเท่า แพชั่นแบบเก่ากำลังจะกลับมาจากสุดเขยเป็นสุดฮิต (เทคนิคย้อนสมัยแบบชิมมอร์ที่บรูกลิน สหรัฐอเมริกา ประสบการณ์ย้อนสมัยคราฟต์ตามธรรมชาติที่บาห์ลี การย้อนสมัยธรรมชาติโดยใช้เทคนิคโบราณที่เม็กซิโก การย้อนสมัยแบบดั้งเดิมครบวงจรที่สกลนคร ประเทศไทย เป็นต้น)

ดังนั้น จะพบว่า ประเทศไทยอยู่ในแถวหน้าและอันดับต้น ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งยังมีศักยภาพสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นที่ดึงดูดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ชุมชน จังหวัด และประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้คนมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น

### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

มีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

- องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization; WTO) WTO (2015) ให้คำจำกัดความของ

การท่องเที่ยว (Tourism) ว่าเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเดินทางด้วยความสมัครใจและไม่ใช้เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพและหารายได้

- การท่องเที่ยวเป็นแรงผลักดันที่สำคัญทางเศรษฐศาสตร์ ในปัจจุบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับสหวิทยาการ เช่น เศรษฐศาสตร์ การตลาด มานุษยวิทยา จิตวิทยา สังคมวิทยา ประวัติศาสตร์ และภูมิศาสตร์ เป็นต้น การบูรณาการการท่องเที่ยวกับศาสตร์ต่าง ๆ ได้มีส่วนช่วยพัฒนางานวิจัยทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีพลวัต ได้ผลิตภัณฑการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในเชิงของอุปสงค์ (Demand) และ อุปทาน (Supply) ของโครงสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการเติบโตของสาขาการท่องเที่ยว จะเป็นอีกมิติหนึ่งให้กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวซึ่งจะสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สร้างงานในแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวซึ่งจะสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ มีผลกระทบทางสังคม-เศรษฐศาสตร์ได้ทั้งเชิงบวกและลบ เป็นปรากฏการณ์ที่น่าค้นหาและนำศึกษารวมทั้งนำติดตามในโลกปัจจุบันและอนาคต

- เป็นกระบวนการในระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (Commodity) ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการจับจ่ายใช้สอย (Consumption) ในเรื่องของการเคลื่อนย้าย การเดินทาง เงินทุน ภาพลักษณ์และวัฒนธรรม เป็นการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยผ่านทางอำนาจการจับจ่ายใช้สอยในด้านต่าง ๆ เช่น สถานที่ (แหล่งท่องเที่ยว) คนเดินทาง รูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม-เศรษฐศาสตร์ เป็นต้น

- การท่องเที่ยว เป็นทั้งการถ่ายทอระหว่างศาสตร์ (Interdisciplinary) และเป็นสหวิทยาการ (Multidisciplinary) ซึ่งจะนำไปสู่การสะท้อนกลับเชิงสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์กับปรากฏการณ์ต่าง ๆ เช่น การไหลของนักท่องเที่ยว (Mobility) โลกาภิวัตน์ (Globalization) แรงจูงใจในการใช้จ่าย ธรรมชาติภาพอัตลักษณ์ เทคโนโลยี เครือข่ายทางสังคม ความยั่งยืน สุขภาวะ (Well-being) และคุณภาพชีวิต (Quality of Life, QOL) เป็นต้น

### แนวคิดเรื่องความสุข (Happiness) สุขภาวะ (Well-being) สุขภาพดีแบบองค์รวม (Wellness) และ คุณภาพชีวิต (Quality of Life, QOL)

การเดินทางไปท่องเที่ยวจะด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะเป็ประเภทของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยว เช่น Nostalgia Tourists นักท่องเที่ยวประเภทไทยหาอดีต อาทิ การท่องเที่ยวบนพื้นที่เขาค้อ ซึ่งมีอดีตมายาวนานตั้งแต่สมัยสงครามคอมมิวนิสต์ ต่อมามีการ

แลกเปลี่ยนประสบการณ์และเสนอแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสายประวัติศาสตร์ การสู้รบ จนมาถึงโครงการ “คืนคือให้เขา” (Nonsiri & Narongrit, 2018) การท่องเที่ยวเพื่อลดความยากจน (Pro-Poor Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น (Inclusive Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อชุมชน (Community Tourism) เป็นต้น ล้วนก่อให้เกิดความสุข ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว ได้เรียนรู้จากคนในท้องถิ่น รวมทั้งได้รับการบริการที่ดี ทำให้สุขภาพสบายใจ เพลิดเพลิน ผ่อนคลาย สนุก มีอิสระ ได้พบปะพูดคุยกับคนในชุมชน รวมถึงได้เรียนรู้เรื่องใหม่ ๆ ทำให้การท่องเที่ยวในแต่ละครั้งมีความหมาย ผลจากการท่องเที่ยวทำให้มีความสุข มีสุขภาพ มีสุขภาพที่ดีแบบองค์รวม และนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดี

มีเหตุผลมากมายและหลากหลายว่า ทำไมจึงต้องเดินทาง ได้มีการจำแนกแรงจูงใจหลักเป็นมิติเดียว ๆ หรืออาจเป็นมิติกลุ่มก็ได้ ดังนี้ การผ่อนคลาย การหลีกเลี่ยงจากความจำเจ การแสวงหาความพึงพอใจ ความสนุกสนาน การมีอิสระ มีความสุขสบาย ความเพลิดเพลินเป็นยอดแห่งความปรารถนา การพัฒนาตนเอง เพื่อการศึกษา/การเรียนรู้ เพื่อเชิงธุรกิจ เชิงธุรกิจ การค้นพบตัวตน เพื่อสร้างสัมพันธ์และอยู่ร่วมกับครอบครัว เป็นต้น ซึ่งล้วนมีผลทางด้านจิตใจทั้งสิ้น

มูลนิธิเศรษฐศาสตร์ใหม่ (NEF, 2004) ได้แยกแยะความแตกต่างระหว่างคำว่า ความสุข (Happiness) กับสุขภาพ (Well-being) ความสุข เป็นสถานะทางจิตวิทยาแห่งการเติมเต็ม (Filep, 2014) เป็นที่รับรู้กันว่า เป็นเป้าหมายที่สำคัญของสังคม มีการทวิจจัยมากมายเพื่อที่จะเข้าใจว่าอะไรที่ทำให้ผู้คนมีความสุข Lyubonirsky & Leppper (1999) ได้ให้ความหมายของความสุขในภาพกว้างว่า เป็นสุขภาพแบบหนึ่งที่เป็น Subjective Well-being (SWB) เพราะว่า ได้มีการพิสูจน์ให้เห็นว่า Objective Well-being ได้ทำให้คนมีความสุขเพิ่มขึ้นได้ในชีวิตจำกัด (Layard, 2006) เช่น บางคนยังคงมีความสุขได้ถึงแม้จะประสบกับเรื่องเศร้า ๆ ในขณะที่บางคนไม่มีความสุขเลย ถึงแม้ว่าจะแวดล้อมไปด้วยสภาวะที่สบาย ๆ และได้ประโยชน์ (Layard, 2006) ความสุขสามารถวัดได้โดยใช้ความแปรปรวนของ Bradburn's Affect Balance Scale (1969) ซึ่งจะวัดเฉพาะอารมณ์เชิงบวก แต่ไม่วัดอารมณ์เชิงลบ เพื่อหาระดับของความสุข

Seligman (2011) นักจิตวิทยาเชิงบวกได้เสนอทฤษฎีสุขภาพ (Well-being Theory) ที่เรียกว่า PERMA เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายว่าประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ด้าน ดังนี้ (1) Positive Emotion อารมณ์เชิงบวก

การรับรู้/สิ่งที่ทำให้ชีวิตมีคุณค่า มีความหมายที่จะดำรงชีวิตต่อไป เช่น ความสุข การมองโลกในแง่ดี ความภาคภูมิใจในตนเอง ความพอใจ ความอัศจรรย์ใจ สุขภาวะที่ดี มีแรงกระตุ้น การเสริมสร้างและความดีงาม ความหวัง ความสามารถในการฟื้นฟูกลับสู่สภาพปกติ การมีสติ การคิดบวก เป็นต้น มี 3 ช่วงเวลาของการมีประสบการณ์เชิงบวก ตั้งแต่อดีต (สุขภาวะและความพึงพอใจ) ปัจจุบัน (ความสุข และ Flow (สิ่งที่ทำให้เกิดประสบการณ์ได้อย่างกว้างขวางและหลากหลาย) และอนาคต (ความหวังและการมองโลกในแง่ดี) สิ่งเหล่านี้เป็นรากฐานของการเพิ่มความสุขและสุขภาพ (Well-being) สุขภาวะกับความงอกงาม (Flourishing) ใช้แทนกันได้ แต่ความงอกงามไม่ใช่ความสุขเพราะว่าจะมีความหมายแตกต่างกันในสิ่งที่ต่างกันและในปัจจุบันที่ต่างกัน (2) Engagement ความผูกพันเป็นการรวมกิจกรรมที่ดึงดูดและเสริมสร้างความสนใจของตนเองเมื่อเข้าไปมีส่วนร่วมและได้ประสบการณ์ซึ่งได้ใช้ทักษะความโดดเด่น ความตั้งใจอย่างเต็มศักยภาพ เป็นความรู้สึกอย่างแรงกล้าที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ท้าทาย นำไปสู่ความปิติ ความยินดี มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสนใจกับสิ่งนั้นอย่างมุ่งมั่น จริงจัง จะมีพลังในการใช้ชีวิตให้เกิดความสุขได้เช่นกัน (3) Relationships ความสัมพันธ์/สัมพันธ์ภาพ การมีความสัมพันธ์ที่ดีเป็นสิ่งที่มีความหมายและเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างอารมณ์เชิงบวกจากมิติต่าง ๆ เช่น อาชีพการงาน ครอบครัว คู่ชีวิต ความสัมพันธ์แบบอื่น ๆ คนที่มีสัมพันธ์ภาพที่ดีในชีวิตจะเป็นคนที่มีความสุขพื้นฐานของชีวิต (4) Meaning การมีความหมาย/มีคุณค่า การเรียนรู้ว่า มีอะไรที่สำคัญและยิ่งใหญ่กว่าตนเอง การรับรู้ว่ามีเป้าหมายจะเป็นแรงผลักดันให้บุคคลพยายามไปให้ถึงเป้าหมาย เป็นการสร้างความหมายและคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ เรื่องราว ส่งผลต่อความรู้สึก ทำให้เกิดความสุขเมื่อได้ปฏิบัติ เช่น การจัดองค์กร ความยุติธรรม การมีส่วนร่วม ชุมชนที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอื่น ๆ และ (5) Accomplishment การประสบความสำเร็จ เมื่อบุคคลประสบความสำเร็จในชีวิตตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ จะเกิดพลังชีวิต สร้างความสุขได้ทั้งกายและจิตใจ คนที่จะประสบความสำเร็จได้ไม่จำเป็นต้องนำไปสู่อารมณ์ทางบวกหรือการมีความหมายหรือสัมพันธ์ภาพ จากงานวิจัย พบว่า สุขภาวะไม่เพียงแต่จะมีคุณค่าเท่านั้น ยังมีความรู้สึกดี ๆ และเป็นประโยชน์อย่างแท้จริง นอกจากนี้ยัง พบว่า การมองโลกในแง่ดี เป็นหัวใจหลักของการมีสุขภาพที่ดี (ถ้าเปรียบเทียบกับคนที่มองโลกในแง่ลบ) เช่น มีความกดดันและความกังวลใจน้อยกว่า มีประสิทธิภาพการทำงานดีกว่า มีสุขภาพดีกว่า เป็นต้น

Hunthayung & Panthong (2019) ได้รายงานว่ามีมาตรวัดความสุขของคนไทยตามทฤษฎี PERMA ที่ได้พัฒนาขึ้นสามารถนำมาใช้ในการวัดความสุขของคนไทยได้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งเพื่อทดสอบความสุข

Mc.Cabe & Johnson (2013) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตและ Subjective Well-being (SWB) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ ได้พัฒนาการวัด SWB ใช้การสำรวจ 2 ขั้นตอน วัดการเปลี่ยนแปลงสภาวะในกลุ่มคนที่มียาได้ต่ำ ผู้ซึ่งได้รับการสนับสนุนด้านการเงินในช่วงวันหยุดพักผ่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จัดไว้เป็นนักท่องเที่ยวเชิงสังคม (Social Tourists) เป็นรายงานแรกที่ใช้สภาวะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสังคม พบว่า การท่องเที่ยวมีผลต่อสภาวะของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และมีผลมากในบางพื้นที่รวมทั้งมิติอื่น ๆ เช่น ทรัพยากรด้านจิตวิทยา การพักผ่อน ครอบครัว มิติทางชีวิต เป็นต้น ล้วนมีผลต่อสภาวะทางสังคม และ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มี SWB ต่ำกว่าประชากรทั่วไป

Well-being (สภาวะ) เป็นภาวะที่มากกว่าการมีความสุข จะเป็นการรับรู้ด้วยความรู้สึกว่า พึงพอใจ และมีความสุข ดังนั้น สภาวะจึงมีความหมายในเชิงการพัฒนาตัวตนเติมเต็มตนเอง และทำประโยชน์เพื่อชุมชน พูดได้ว่า สภาวะเป็นองค์รวมของทั้งความสุขและการรับรู้เชิงความพึงพอใจ เหมือนกับเป็นการเติมเต็มของบุคคล รวมทั้งการพัฒนาตนเองและความรับผิดชอบต่อสังคม มีรายงานจาก Future Foundation (2007) พบว่า ในบริบทของอังกฤษมีการเติมเต็มของปัจเจกบุคคล (ตนเอง) อยู่ในลำดับแรกถึง 50% ซึ่งจะสอดคล้องว่า การเดินทางท่องเที่ยวมักทำให้ผู้คนอยู่ในสภาวะที่มีความสุขชั่วคราวช่วยยาม การใช้ชีวิตแบบนี้ในช่วงสั้น ๆ ถ้าได้ทำซ้ำ ๆ บ่อย ๆ จะทำให้เกิดความพึงพอใจได้ในระยะยาว มีผลต่อสภาวะโดยรวม การเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ที่มีความทรงจำดี ๆ จะมีบทบาทในการยึดผลกระทบจากการเดินทางในเชิงบวกได้ (Neal, Sirgy & Uysal, 1999)

การมีสุขภาพดีแบบองค์รวม/เชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness) พบว่า มีการใช้บ่อยกว่าสภาวะ Dunn (1959) ได้อธิบายว่า การมีสุขภาพดีแบบองค์รวมเป็นสภาวะเฉพาะของสุขภาพประกอบด้วย ภาพรวมความรู้สึกของสภาวะซึ่งมองมนุษย์คนหนึ่งประกอบด้วย ร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ไม่ว่าจะอยู่ในสภาวะแวดล้อมอย่างไร Müller & Kaufmann (2001) เสนอแนะว่า การมีสุขภาพดีแบบองค์รวมเป็นสภาวะของสุขภาพที่ผสมกลมกลืนของร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ รวมทั้งมิติต่าง ๆ ได้แก่ มีความรับผิดชอบต่อ

ตนเอง การออกกำลังกาย (เพิ่มความแข็งแรง) การเสริมสุขภาพ การกินอาหารเพื่อสุขภาพ การผ่อนคลาย การนั่งสมาธิ การทำกิจกรรมทางปัญญา การศึกษา/การเรียนรู้ ความอ่อนไหวต่อสิ่งแวดล้อม การอยู่ร่วมกันในสังคม เป็นปัจจัยหลัก อาจกล่าวได้ว่า การมีสุขภาพดีแบบองค์รวม ควรประกอบด้วยสภาวะความสุข ความพึงพอใจ และการมีสุขภาพดี NWI (2007) ได้ให้ความหมายของการมีสุขภาพดีแบบองค์รวมว่าเป็นกระบวนการที่ระดับกระแงโดยผ่านผู้คนที่มีความตระหนักและเลือกในสิ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้มากกว่าและได้เสนอต้นแบบของสุขภาพดีแบบองค์รวม 6 มิติ ได้แก่ กายภาพ จิตวิญญาณ ปัญญา อารมณ์ สังคม และการประกอบอาชีพ ซึ่งจะมีผลต่อชีวิตและคุณภาพชีวิตโดยรวม

### แนวคิดเกี่ยวกับ Quality of Life (QOL) คุณภาพชีวิต

ในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเองและหลีกเลี่ยงจากวิถีชีวิตที่จำเจ วิถีชีวิตประจำวัน เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ รวมถึงการเยี่ยมญาติหรือเพื่อน การไปทำธุรกิจ เป็นต้น การเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ในช่วงเวลาหนึ่งจะมีผลต่อคุณภาพชีวิตไม่มากนักน้อย เมื่อมีความสุขจะก่อให้เกิดสภาวะ ซึ่งเป็นมิติหนึ่งที่สัมพันธ์กับคุณภาพชีวิต การเดินทางท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีอิสระในการเลือกทั้งกิจกรรม/แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณค่าให้ผู้มาเยือน เกิดความผ่อนคลาย สบายใจ เพลิดเพลิน มีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การเดินทางและการท่องเที่ยว มักให้ความสำคัญไปที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เมื่อเกิดความพึงพอใจแล้วก็จะมีความสุขในการท่องเที่ยวครั้งนั้น รวมถึงมีชีวิตและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นหัวใจของการจัดการการท่องเที่ยวในอีกมิติหนึ่ง

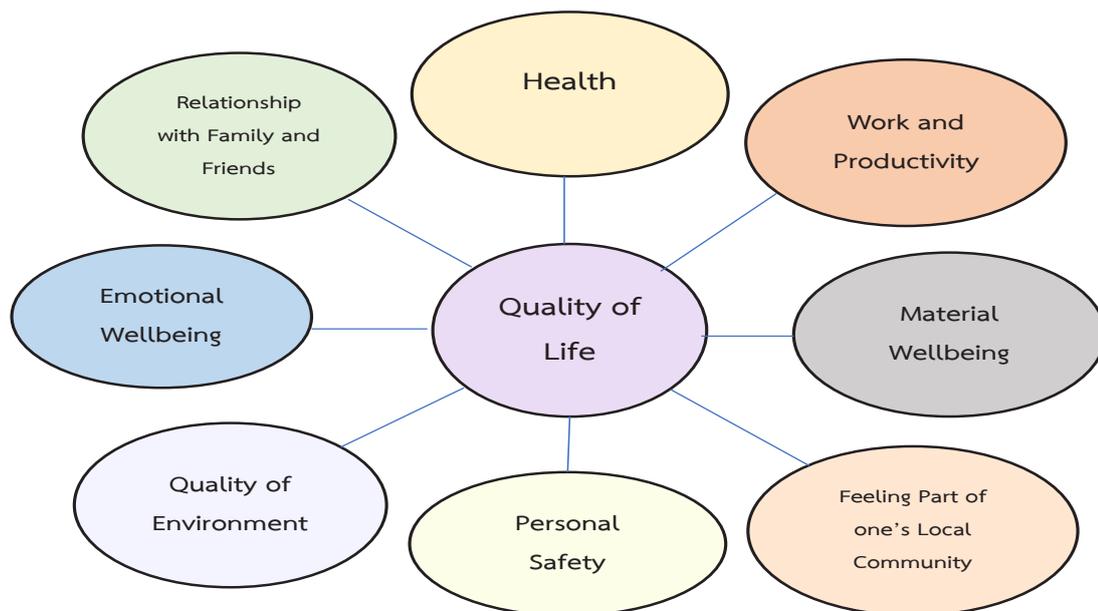
ได้มีการให้ความหมายของความพึงพอใจในชีวิตว่าเป็นการมีความสุขโดยรวมในชีวิต มีความพึงพอใจในชีวิต เป็นความพึงพอใจประเภทหนึ่งซึ่งครอบคลุมถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดี หรือ รวมทั้งการรับรู้ถึงความรู้สึกโดยรวมของสภาวะความผาสุกของปัจเจกบุคคล การเกิดความพึงพอใจในชีวิตเชิงบวกจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดี และมีความสุขด้วย นอกจากนี้ยังได้มีผู้ให้ความเห็นว่า คุณภาพชีวิต มีความหมายค่อนข้างกว้างและซับซ้อน โดยรวมควรพิจารณาทั้ง สภาวะด้าน Objective และ Subjective มาผนวกเข้าด้วยกัน Fekete (2006) (as cited in Puezko & Smith, 2012) เสนอว่า คุณภาพชีวิต เป็นการบูรณาการองค์ประกอบมาตรฐานการ

ดำรงชีวิต สวัสดิการ และมิติที่จับต้องไม่ได้ของสุขภาวะเข้าด้วยกัน ในภาพรวมนักวิจัยหลาย ๆ คน ได้สรุปว่า 3 องค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพชีวิต ได้แก่ สุขภาพ มาตรฐานการดำรงชีวิต และสุขภาวะ (Flanagan, 1978; Krupinski, 1980; Cummins, 1997 and Campbell, Converse & Rogers, 1976) ในบริบทของการท่องเที่ยว กล่าวได้ว่า มาตรฐานการดำรงชีวิต หมายถึง ความชอบที่จะเดินทาง ซึ่งคนกลุ่มนี้ต้องมีรายได้อยู่ในระดับหนึ่งที่สามารถเดินทางได้ ส่วนมากเป็นคนมีฐานะการเงินดี อาศัยอยู่ในซีกโลกตะวันตก การเดินทางช่วยปรับคุณภาพชีวิตได้หลายระดับ (อย่างไม่มีข้อสงสัย) สุขภาพของแต่ละคนมีผลต่อการเดินทาง คนที่จะเดินทางต้องมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงพอที่จะเดินทางได้ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวหลาย ๆ คน ท่องเที่ยวเพื่อเหตุผลทางสุขภาพต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อสุขภาพ เพื่อการแพทย์ เป็นต้น

### ถ้าจะสรุปถึงความสัมพันธ์ของทั้ง 4 คำ ล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับความสุขเป็นพื้นฐานได้ดังนี้

Happiness	~ Subjective Well-being
Well-being	~ Satisfaction + Happiness
Wellness	~ Satisfaction + Happiness + Healthy
QOL	~ Healthy + Standard of Living + Well-being

GW (2007) เสนอว่า คุณภาพชีวิตโดยรวม ประกอบด้วยมิติทางกายภาพ จิตวิญญาณ ปัญญา อารมณ์ สังคม และการประกอบอาชีพ NEF (2004) ได้รวมเอาการรับรู้ถึงความสุขกับความพึงพอใจผนวกความสำเร็จส่วนบุคคล การพัฒนาตนเอง และการรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในคุณภาพชีวิต Rahman, Mittelhammer & Wandschneider (2005) ได้เสนอแบบจำลองคุณภาพชีวิตที่ประกอบด้วย 8 มิติ (รูปที่1)



รูปที่ 1 QOL Domains ทั้ง 8 มิติ (Rahman, Mittelhammer & Wandschneider, 2005)

โดยใช้ฐานจากนิยามที่ได้กล่าวแล้ว แรงจูงใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ก็นำไปสู่การทำการรอบแนวคิด ซึ่งใช้แทนการกระจายการท่องเที่ยวและการเดินทาง ที่สามารถจะเชื่อมโยงไปยังภาพรวมของคุณภาพชีวิต จากด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว จะรวมด้านกายภาพ จิตวิญญาณ ปัญญา อารมณ์ สังคม และ การประกอบอาชีพ ตามที่ GW (2007) ได้รายงาน และ NEF (2004) ได้รวมเอาความสุข ความพึงพอใจ พอ ๆ กับการเติมเต็มส่วนตน การพัฒนาตน และการรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในคุณภาพชีวิตด้วย จากการทบทวนวรรณกรรม องค์ประกอบของคุณภาพชีวิตทั้ง 8 มิติ เป็น

องค์ประกอบที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการพัฒนาต้นแบบการท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิต ต้องพิจารณาต่อไปว่า การท่องเที่ยวและการเดินทางได้มีส่วนสนับสนุนแต่ละมิติอย่างไร ชนิดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือการบริการควรพัฒนาไปทางไหน บางกรณีอาจพบว่า บางมิติอาจไม่เกี่ยวข้องโดยตรง หรือ ควรจะต้องสร้างมิติขึ้นมาใหม่ เน้นสิ่งที่การท่องเที่ยวต้องการ ทำเป็นกิจกรรมที่โดดเด่นในการวิจัยคุณภาพชีวิตต่อไป

ความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่าง ๆ ของคุณภาพชีวิตกับอุปสงค์การท่องเที่ยว (Puczko & Smith, 2012) จะช่วยสร้างความเข้าใจได้ดีขึ้น (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่าง ๆ ทั้ง 8 มิติคุณภาพชีวิต และรูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมและจุดหมายปลายทาง (ดัดแปลง จาก Puczko & Smith, 2012)

มิติของ QOL	การขยายความ	รูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรม และจุดหมายปลายทาง
- Health - Health/Work and Productivity	- ผู้คนจะต้องมีสุขภาพแข็งแรงพอที่จะเดินทาง แต่ที่อาจจะเดินทางด้วยเหตุผลเกี่ยวกับสุขภาพ - ภาครัฐมีประเพณีปฏิบัติสนับสนุนจ่ายค่าจ้างวันหยุด มีแนวโน้มช่วยปรับปรุงผลิตภาพการทำงานหลังจากช่วงหยุดแล้วกลับมาทำงาน	- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ - การท่องเที่ยวเพื่อสังคม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพแบบมืออาชีพ
Material Well-being (MWB)	MWB จะบ่งบอกถึงความชอบที่จะเดินทาง ชนิดของการเดินทางและกิจกรรมที่ทำ	นักท่องเที่ยวมีอำนาจการใช้จ่ายสูงจะสนุกกับการเดินทางแบบหรูหรา เลือกพักโรงแรมระดับ 5 หรือ 6 ดาว เสริมด้วยกิจกรรม เช่น กอล์ฟ เล่นเรือใบ ซ็องของ นักท่องเที่ยวมีอำนาจการใช้จ่ายน้อยจะท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศและใช้กิจกรรมการเยี่ยมชมเพื่อนหรือญาติ (VFR) แทนการท่องเที่ยว
Personal Safety	- ความปลอดภัยส่วนบุคคลและการรับรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยไม่ว่าจะเกี่ยวกับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ทำ - นักท่องเที่ยวบางคนค่อนข้างระมัดระวัง และแสวงหาที่ปลอดภัย ในขณะที่คนอื่น ๆ ชอบลองสิ่งที่ท้าทายและกิจกรรมผจญภัย	- ประเทศที่มีระบบการเมืองคงตัว/สงบ โรงแรมระบบเครือข่าย (Chain Hotel) ซึ่งมักได้มาตรฐานสากล และรวมถึงภัตตาคาร - รีสอร์ทที่เป็น Inclusive (ครอบครัว) vs. การท่องเที่ยวแบบค่อนข้างผจญภัย
- Emotional Well-being (EWB) - Spiritual Well-being - Social and Culture Well-being	- ส่งเสริม EWB บางครั้งจะเป็นการกระตุ้นที่สำคัญที่สุดสำหรับการท่องเที่ยวไม่ว่าจะสัมพันธ์กับการหลีกเลี่ยงความจำเจ การผ่อนคลาย นันทนาการ อิสระ ความเพลิดเพลิน หรือกิจกรรมเกี่ยวกับการแสวงหา/สืบค้น - นักท่องเที่ยว แสวงหาสิ่งที่มีความหมายในชีวิตมากกว่า/สูงกว่า โดยผ่านการท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งจะละทิ้งชุมชนของตนเอง เพื่อที่จะไปสนุกกับชุมชน และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ รวมทั้งกับผู้พักอาศัยในท้องถิ่น - นักท่องเที่ยวบางคน สนใจที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้พักอาศัยในท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวนั้น	- การท่องเที่ยวแบบองค์กร - การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ - Package Tours: การท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะประเภท (Hobby) การท่องเที่ยวแบบองค์กร - การท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ การท่องเที่ยวใช้ชุมชนเป็นฐาน
Work and Productivity	- ผู้คนจำนวนหนึ่งเดินทางเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจจากการทำงานในช่วงวันหยุด มีแนวโน้มช่วยปรับปรุงผลิตภาพในการทำงานหลังจากกลับมาจากการพักผ่อนในช่วงวันหยุด - ผู้คนอีกจำนวนหนึ่ง เดินทางเพื่อไปทำงาน (การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจและการประชุมสัมมนา MICE) และบางครั้งการเดินทางก็ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะปรับปรุงสุขภาวะทางอาชีพ Occupational Wellness	- ทุกรูปแบบของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะได้สัมผัสกับแสงแดด ทะเล หาดทราย จะช่วยทำให้เกิดการผ่อนคลาย - การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงประชุมสัมมนา โรงแรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ สปา

มิติของ QOL	การขยายความ	รูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรม และจุดหมายปลายทาง
Feeling Part of One's Local Community	นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับชุมชนที่ได้เข้าร่วมกิจกรรม/หรือการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ในชุมชน	การท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)
Quality of Environment	นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเป็นคนแรกที่ได้ชม ภูมิทัศน์ที่เป็นธรรมชาติบริสุทธิ์ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้คนที่มีจิตสำนึกจะเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน หรืออาจไม่ท่องเที่ยวเลย	การท่องเที่ยวแบบ Wilderness การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร การท่องเที่ยวเชิงท้องถิ่น/ใกล้บ้าน แบบไปกลับวันเดียว
Relationship with Family and Friends	ผู้คนจำนวนหนึ่งเดินทางเพื่อไปสานสัมพันธ์กับเพื่อนหรือครอบครัว	การเยี่ยมเพื่อน หรือญาติ (VFR) การท่องเที่ยวแบบคู่รัก ครอบครัว วันหยุด

นักวิจัยหลายคนได้สรุปว่า มี 3 องค์ประกอบสำคัญสำหรับคุณภาพชีวิต (QOL) ได้แก่ สุขภาพ (Health: มีสุขภาพที่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวได้) มาตรฐานการดำรงชีวิต (Standard of Living: มีปัจจัยเอื้อในการดำรงชีวิตที่ดี เช่น มีรายได้เพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวและมีความชอบในการออกเดินทางเชิงเปิดประสบการณ์) และสภาวะ (Wellbeing: สภาวะความพึงพอใจและความสุข)

คุณภาพชีวิต (QOL) มีได้หลายมิติ ดังนี้

1. Material Well-being เช่น รายได้และการมีงานทำ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของงานที่ทำอยู่ รายได้ครอบครัว ค่าใช้จ่ายพื้นฐาน เป็นต้น
  2. Community Well-being เช่น ประชาชน การให้บริการ ความสะดวกสบาย ชีวิตในชุมชน สภาพแวดล้อมในชุมชน เป็นต้น
  3. Emotional Well-being เช่น กิจกรรมพักผ่อน กิจกรรมจิตวิญญาณ การใช้เวลาร่วม การให้บริการทางศาสนา การอนุรักษ์/แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบองค์กรรวม เป็นต้น
  4. Health and Safety Well-being เช่น สุขภาพ สภาวะที่มีสุขภาพที่แข็งแรง คุณภาพอากาศ คุณภาพน้ำ ความบริสุทธิ์ของน้ำ ขยะ อัตรการเกิดอุบัติเหตุ และอาชญากรรม สุขภาวะความปลอดภัย เป็นต้น
  5. Quality of Life as General เช่น สภาวะชีวิตโดยรวม วิธีการใช้ชีวิต ความรู้สึกโดยรวมในชีวิต เป็นต้น
- แนวคิดของคุณภาพชีวิตหลายมิติหรือบางมิติกับการท่องเที่ยวเฉพาะประเภท เช่น เน้น Emotional Well-being และ Health and Safety Well-being ซึ่งจะครอบคลุม

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จะมีผลต่อคุณภาพชีวิตในทางบวก ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแล้ว มีความผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ ลดความตึงเครียด สบายใจ บรรเทาอาการปวดเมื่อยต่าง ๆ มีความสุข สุขภาพดีขึ้น จึงส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตโดยรวมดีขึ้น

คุณภาพชีวิต (QOL) สามารถศึกษาได้ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชน ภูมิภาค และ ประเทศ คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว ประสบการณ์ของการท่องเที่ยว/นักท่องเที่ยว มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดูเหมือนว่าจะมีผลกระทบทางบวกกับชีวิตในด้านต่าง ๆ เช่น ชีวิตด้านครอบครัว ชีวิตด้านสังคม ชีวิตด้านพักผ่อนหย่อนใจ ชีวิตด้านวัฒนธรรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความเชื่อมโยงในทิศทางที่น่าสนใจ ได้แก่ กิจกรรมของนักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และคุณภาพชีวิตซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตั้งแต่ ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายใช้สอยสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว นำไปสู่แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเด็นดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีก และการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงต้องศึกษาทั้งอุปสงค์ และ อุปทาน ควบคู่กัน

ความเป็นมาของคุณภาพชีวิต (QOL) เริ่มมีนักวิจัยให้ความสนใจมาประมาณ 20 ปีที่ผ่านมา ศึกษาด้านพฤติกรรมสังคม สิ่งแวดล้อมและวิทยาการนโยบาย ใช้ตัวชี้วัดด้านการวิจัยสังคมศาสตร์ ใช้ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจและสังคมศาสตร์ และตัวชี้วัดสภาพเศรษฐกิจ แต่ไม่สามารถเอามาเปรียบเทียบกับตัวชี้วัดทางการพัฒนาได้ ดังนั้นคุณภาพชีวิต (QOL) จัดจำแนกเป็น 2 ประเภท (Veenhoven, 2002) ดังนี้

(1) Objective QOL-ใช้เป็นตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ

เช่น รายได้ครัวเรือน สุขภาพ ค่าครองชีพ เป็นต้น

(2) Subjective QOL-ใช้เป็นตัวชี้วัดทางสังคมศาสตร์ เช่น ความพึงพอใจในชีวิต ความสุข ภาวะสุขภาพ/สบายใจ/เพิกเฉย/ประหม่า/ประหม่า/ประหม่า คุณภาพชีวิตที่ได้รับ คุณค่าการท่องเที่ยว เป็นต้น

QOL เป็นความรู้สึกโดยรวมของสภาวะใช้แทนกัน ในความหมายของ Well-being ได้ แนวคิดของ QOL และ Well-being ได้ถูกผนวกเข้าไว้ในการให้ความหมายของการท่องเที่ยวด้วย

QOL ของนักท่องเที่ยวสามารถทำนายผ่านทางคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในเชิงความพึงพอใจในชีวิตด้านต่าง ๆ ความพึงพอใจในชีวิตโดยรวม คุณลักษณะของ Trip ที่ไปท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในวัฏจักรการท่องเที่ยว เป็นต้น ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน (Leisure) มีบทบาทสำคัญต่อความพึงพอใจในชีวิตของนักท่องเที่ยว ในประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลี (Liang, Yama-shita & Brown, 2013)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จะมีทฤษฎีหลักที่เกี่ยวข้อง (Sirgy, 2010) ได้แก่

1. Situational Theories เน้นความพึงพอใจกับงานให้บริการแบบต่าง ๆ เฉพาะเรื่อง

2. Dispositional Theories เน้นความพึงพอใจกับคุณลักษณะส่วนตัว (ที่มีมาตั้งแต่กำเนิด) ของนักท่องเที่ยวหรือชีวิตของนักเดินทาง

3. Interactive Theories เน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์กับลักษณะส่วนบุคคล

การจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ใน 4 รูปแบบ ได้แก่ การเปรียบเทียบกับ

1. Expectancy Confirmation Theory เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเชิงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับบริการในรูปแบบต่าง ๆ (เปรียบเทียบกับความคาดหวัง) ว่าดี หรือเลว กว่าที่คาดหวังไว้

2. Norms Theories เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเชิงเปรียบเทียบการได้รับบริการในรูปแบบต่าง ๆ กับบรรทัดฐาน (Norm) ที่ควรจะเป็นซึ่งอาจสัมพันธ์กับความคาดหวังในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Ideal Expectations, Deserved Expectations, Desired Expectations, Predictive Expectations เป็นต้น

3. Equity Theory เป็นทฤษฎีที่เน้นการอธิบายความพึงพอใจของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในรูปแบบของ

อัตราส่วนของปัจจัยนำเข้า (Input) ต่อปัจจัยผลผลิต (Output) เช่น ถ้า Input เป็นเรื่องของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ระดับต่ำ) แต่ Output เป็นเรื่องผลประโยชน์ที่ได้จากการให้บริการ (ระดับสูง) ดังนั้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับสูง (เป็นบวก) พุดง่าย ๆ “จ่ายน้อยแต่ได้รับบริการที่ดี” แต่ถ้าจ่ายมาก และได้รับการบริการที่ไม่ดี/ไม่คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเป็นไปในทางลบ

4. Self-Congruity Theory เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับบริการที่เป็นมาตรฐาน นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจสูงสุด เมื่อเขาสามารถจำแนกแยกแยะการให้บริการกับนักท่องเที่ยวได้ มีความรู้สึกว่ามีความสุขจากการได้รับบริการที่เป็นมาตรฐาน

นอกจากนี้ยังมี QOL Theories of Leisure Travel Satisfaction เป็นทฤษฎีคุณภาพชีวิตของความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน จะเป็นทฤษฎีที่สัมพันธ์กับเป้าหมาย (Goal) ที่ได้มาจากนักวิจัยหลาย ๆ กลุ่ม (Sirgy, 2010) ได้แก่ การเลือกเป้าหมายที่มีคุณค่า ตั้งความคาดหวังไว้ การนำไปใช้และการบรรลุผล ทฤษฎีจะใช้อธิบายความพึงพอใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้ดี/ไม่ดี ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ด้านสภาวะของแต่ละคนอยู่ในระดับสูง (มีความพึงพอใจในชีวิตหรือความสุขโดยรวมในชีวิต) ถ้าเขาเลือกเป้าหมายที่คุณค่า ความคาดหวังสูง ๆ นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรม/การกระทำบางอย่างก็จะนำไปใช้ในเป้าหมายต่าง ๆ ได้ ถ้ามีการสร้างให้เกิดความพึงพอใจกับการบริการทางการท่องเที่ยวเป็นความพึงพอใจในรูปแบบหนึ่งที่ตั้งเสริม QOL ของนักท่องเที่ยวซึ่งดูเหมือนว่าจะเป็นประโยชน์ต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวในด้านความภักดีของนักท่องเที่ยว (Tourist Loyalty) การกลับมาเที่ยวซ้ำ (Repeat Patronage) และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth)

## บทวิจารณ์

ประเทศไทยอยู่ในแถวหน้าและอันดับต้น ๆ ในด้านการท่องเที่ยว มีศักยภาพและสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นที่ตั้งดูดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ชุมชน จังหวัด และประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้น ผู้คนมีงานทำจำนวนเพิ่มขึ้น ทำให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น และมีชีวิตโดยรวมดีขึ้นเช่นกัน

การเดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะประเภทใด ผู้เดินทางจะเลือกตามที่ต้องการ เมื่อไปท่องเที่ยวมาแล้วจะมีความ

ผ่อนคลาย ลดความเครียด เกิดความพึงพอใจและมีความสุข ซึ่งเกิดขึ้นได้ทั้งในระหว่างการท่องเที่ยวและหลังการท่องเที่ยว ความสุขที่เกิดขึ้นก็เป็นผลมาจากมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวครั้งนั้น ซึ่งอาจเนื่องมาจาก แหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่า สร้างความประทับใจ มีกิจกรรมให้เลือกมากมาย ได้รับการบริการที่เป็นมิตรและประทับใจ การต้อนรับขับสู้จากผู้คนในชุมชนเป็นอย่างดี มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย มีความสุขกายสบายใจ ความเพลิดเพลิน ลดความเครียด รวมทั้งได้เรียนรู้เรื่องราวใหม่ ๆ จากคนในชุมชน เป็นต้น ปัจจุบันผู้คนจะมองว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการผจญภัยและเป็นโอกาสทำให้กระชุ่มกระชวยและเยาว์วัยขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการลดความเครียดด้วย

ความสุขในภาพกว้าง ๆ ก็เป็นสุขภาวะ (Well-being) แบบหนึ่งที่เป็น Subjective Well-being ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดความสุขได้ทางหนึ่ง นอกจากนี้อาจใช้ทฤษฎีสุขภาวะ (Well-being Theory) ที่เรียกว่า PERMA (Seligman, 2011) ในการบ่งบอกถึงความสุขของคนไทย (Hunthayung & Panthong, 2019) นอกจากนี้มีโครงการ Harvard Study of Adult Development ซึ่ง Waldinger (2015) ได้ศึกษาและติดตามชีวิตของชาย 724 คน ในช่วง 75 ปี พบว่า ความสุขไม่ได้มีความสัมพันธ์กับความร่ำรวย ความโด่งดัง มีชื่อเสียง หรือ การทำงานหนัก แต่ความสุขที่แท้จริงและยั่งยืนจะมีความสัมพันธ์กับสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนมนุษย์ที่ดี การมอบเรื่องราวให้กันและกันต่างหากที่จะทำให้ความสุขเกิดขึ้นได้จริง ๆ

มีรายงานถึงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับคุณภาพชีวิต และ Subjective Well-being ในกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงสังคม (Social Tourists) ได้รับการสนับสนุนด้านการเงินในช่วงวันหยุดพักผ่อน พบว่า การท่องเที่ยวมีผลต่อสุขภาวะของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ สุขภาวะเป็นภาวะที่มากกว่าการมีความสุข จะเป็นการรับรู้ด้วยความรู้สึกว่ามี ความพึงพอใจ มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับครอบครัว จึงมีความสุข ความสุขที่เกิดขึ้นจะสะท้อนในตนเองในช่วงสั้น ๆ (ชั่วครู่) เช่น การเดินทางท่องเที่ยวมักทำให้ผู้คนอยู่ในสภาพที่มีความสุขชั่วคราวช่วยยาม การใช้ชีวิตแบบนี้ในช่วงสั้น ๆ ถ้าทำได้ซ้ำ ๆ บ่อย ๆ จะทำให้เกิดความพึงพอใจได้ในระยะยาว มีผลต่อสุขภาวะโดยรวม การมีสุขภาพดีแบบองค์รวม (Wellness) เป็นภาวะของสุขภาพที่ผสมกลมกลืนของร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ดังนั้นการมีสุขภาพที่ดีแบบองค์รวมควรประกอบด้วย สุขภาวะ (Well-being) ความสุข (Happiness) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีผู้เสนอต้นแบบของสุขภาพดีแบบ

องค์รวม 6 มิติ ได้แก่ กายภาพ จิตวิญญาณ ปัญญา อารมณ์ สังคม และ การประกอบอาชีพ (GWI, 2007) ซึ่งจะมีผลต่อคุณภาพชีวิต และชีวิตโดยรวม

พอจะสรุปได้ว่า ภาพรวมของคุณภาพชีวิตได้บูรณาการองค์ประกอบที่สำคัญเข้าด้วยกัน ได้แก่ สุขภาพ มาตรฐานการดำรงชีวิตและสุขภาพ (Flanagan, 1978; Kru-pinski, 1980; Cummins, 1997 and Campbell, Con-verse & Rogers, 1976) และได้มีผู้เสนอ 8 มิติของคุณภาพชีวิต (Rahman, Mittelhammer & Wandschneider, 2005) การท่องเที่ยวและการเดินทางมีส่วนสนับสนุนแต่ละมิติอย่างไร ควรพัฒนาชนิดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือการบริการไปทางใด ความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่าง ๆ ของคุณภาพชีวิตกับอุปสงค์การท่องเที่ยว จะช่วยสร้างความเข้าใจได้ดีขึ้น (Puezko & Smith, 2012)

มีนักวิจัยเริ่มสนใจแนวคิดและมุมมองของ QOL เมื่อประมาณ 20 ปีที่ผ่านมา สามารถศึกษา QOL ได้ทุกระดับ ตั้งแต่ปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชน ภูมิภาค และประเทศ รวมทั้งใช้ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ (รายได้ครัวเรือน/ค่าครองชีพ/สุขภาพ/ภาวะสุขสบาย/สบายใจ/คุณภาพชีวิตที่ได้รับ ฯลฯ) และ Subjective QOL ใช้เป็นตัวชี้วัดทางสังคมศาสตร์ (ความพึงพอใจในชีวิต ความสุข) คุณภาพชีวิตเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการบูรณาการด้านกายภาพ จิตใจ และจิตวิญญาณ แนวทางการวัด QOL โดยใช้ Objective และ Subjective ทั้ง 2 แนวทางนี้มีความแตกต่างกันในด้านกรอบแนวคิดและความเข้าใจ โดย Subjective จะคำนึงถึงความสัมพันธ์ของลูกค้า (นักท่องเที่ยวและแขกที่มาพัก) จะมีผลโดยตรงกับระดับการรับรู้ที่ต่างกันรวมถึงการประเมินด้วย (Veenvhoven, 2002) แต่ Objective จะเกี่ยวข้องกับระดับรายได้ของปัจเจกบุคคลซึ่งไม่ได้มีผลต่อการรับรู้แต่อย่างใด QOL ของการท่องเที่ยวสามารถทำนายผ่านทางคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในเชิงความพึงพอใจในชีวิตด้านต่าง ๆ ความพึงพอใจในชีวิตโดยรวม คุณลักษณะของ Trip ที่ไปท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในวิถีการการท่องเที่ยว เป็นต้น ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน (Leisure Tourism) มีบทบาทสำคัญต่อความพึงพอใจในชีวิตของนักท่องเที่ยวในประเทศจีน ญี่ปุ่นและเกาหลี (Liang, Yamashita & Brown, 2013) นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีหลักที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Sirgy, 2010) ได้แก่ Situational Theories (เน้นความพึงพอใจกับการให้บริการเฉพาะเรื่อง) Dispositional

Theories (เน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์กับลักษณะส่วนบุคคล) และมีอีก 4 ทฤษฎีที่ใช้จำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และ QOL Theories of Leisure Travel Satisfaction เป็นทฤษฎีคุณภาพชีวิตของความพึงพอใจที่เกิดจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน จะสัมพันธ์กับเป้าหมายโดยเลือกเป้าหมายที่มีคุณค่า ถ้าเกิดความพึงพอใจกับการบริการการท่องเที่ยวก็จะช่วยส่งเสริม QOL ของนักท่องเที่ยว จะเป็นประโยชน์ต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวในด้านความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยว การกลับมาเที่ยวซ้ำและการสื่อสารแบบปากต่อปาก ผลที่ตามมาจึงมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สร้างรายได้เพิ่มขึ้น

การท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวลทุกเพศ ทุกวัย ส่งเสริมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและชีวิตที่ดีขึ้น โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีจุดหมายมุ่งไปที่ความต้องการซึ่งเกี่ยวข้องกับสุขภาพโดยเน้นการเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการเพื่อการปรับปรุงคุณภาพชีวิต ดังนั้นการท่องเที่ยวซึ่งเปรียบเสมือนเป็นยาอายุวัฒนะ แคได้เปลี่ยนสถานที่พักผ่อนคลายลดความเครียด มีความพึงพอใจ และมีความสุข ความพึงพอใจในชีวิตเชิงบวก จะนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีชีวิตโดยรวมดีเช่นเดียวกัน

## References

- Campbell, A., Converse, P.E., & Rogers, W.L. (1976). *The Quality of American Life*. New York: Russel Sage Foundation.
- Cummins, R.A. (1997). *The Comprehensive Quality of Life Scale-Adult (Com QOL-A5)*. (5<sup>th</sup> ed.). Melbourne: School of Psychology, Deakin University.
- Dunn, H. L. (1959). High-level wellness for man and society. *American Journal of Public Health (Nations Health)*, 49(6), 786-792.
- Filep, S. (2014). Moving beyond subjective well-being: A tourism critique. *Journal of Hospitality Tourism Research*, 38, 266-274.
- Flanagan, J.C. (1978). A research approach to improving our quality of life. *American Psychologist*, 33, 138-147.
- Future Foundation. (2007). Future Foundation. Retrieved April 20, 2019, from <http://www.futurefoundation.org>
- Hunthayung, C., & Panthong, K. (2019). A comparison of concurrent validity and divergent validity happiness scale of PERMA theory. *Journal of Southern Technology*, 12(1), 67-75.
- Komchadluek. (2017). รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รับนักท่องเที่ยวคนที่ 35 ล้านที่สุวรรณภูมิ. Retrieve December 29, 2018, from <http://www.komchadluek.net/news/regional/307533>
- Krupinski, J. (1980). Health and quality of life. *Social Science and Medicine*, 14A, 203-211.
- Layard, R. (2006). *Happiness: Lessons from a New Science*. Oxford: Penguin.
- Liang, J., Yamashita, T., & Brown, J.S. (2013). Leisure Satisfaction and quality of life in China, Japan and South Korea: a comparative study using Asia Barometer 2006. *Journal of Happiness Studies*, 14 (3), 753-769.
- Lyubonirsky, S., & Leppper, H.S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46, 137-155.
- Mc.Cabe, S., & Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 42-65.
- Müller, H., & Kaufmann, E.L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5-17.
- Matichon. (2019). นักเดินทางต้องรู้! 3 เทรนด์มาแรงท่องเที่ยว 2019 และ เมืองยอดฮิตประจำปี. Retrieve January 7, 2019, from [http://www.matichon.co.th/lifestyle/news\\_1306213](http://www.matichon.co.th/lifestyle/news_1306213)
- National Wellness Institute. (2007). Retrieved April 20, 2019, from <http://www.nationalwellness.org>
- Neal, J.D., Sirgy, M.J., & Uysal, M. (1999). The role of satisfaction with leisure travel/tourism services and expenditure in satisfaction with leisure life and quarrel life. *Journal of Business Research*, 44, 153-163.

- New Ecomics Foundation. (NEF). (2004). Retrieved November 5, 2007, from NEF web site: [http://www.wekkveubgnabufesti.net/uk\\_manifesto.pdf](http://www.wekkveubgnabufesti.net/uk_manifesto.pdf)
- Nonsiri, P., & Narongrit, C. (2018). The key success factors of collaborative network for enhancing green tourism in Khao Kho District, Phetchaboon Province. *Journal of Southern Technology*, 11(2), 15-26.
- Puczko, L., & Smith, M. (2012). An Analysis of Tourism QOL Domains from the Demand Side. In M. Uysal, R. R. Perdue, & J. M. Sirgy (Eds.), *The Handbook of Tourism and Quality of Life Research* (pp.263-278). Dordrecht: Springer.
- Rahman, T., Mittelhammer, R. C., & Wandschneider, P. (2005). *Measuring the Quality of life Across Countries*. A sensitivity Analysis of Well-Being Indexes. (Research Paper No. 2005/06). Helsinki: World Institute for Development Economies Research (WIDER) established by United Nation University (UNU).
- Sirgy, M. J. (2010). Toward a quality of life theory of leisure travel satisfaction. *Journal of Travel Research*, 49(2), 246-260.
- Seligman, M.E.P. (2011). *Flourishing: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being* (1<sup>st</sup> Free Press Hardcover ed.). New York: Free Press.
- The Global Wellness Institute. (2017). Empowering Wellness Worldwide. Global Wellness Economy Monitor-January 2017. Retrieved July 20, 2017 from <https://www.globalwellnessinstitute.org/industry-research/>
- Veenhoven, R. (2002). Why social policy needs subjective indicators. *Social Indicators Research*, 58, 33-45.
- World Tourism Organization. (2015). *UNWTO Annual Report 2014*. Madrid.
- Waldinger, R. (2015). What makes a good life? Lessons from the longest study on happiness. Retrieved December 29, 2018, from [https://www.ted.com/talks/robert\\_waldinger\\_what\\_makes\\_a\\_good\\_life\\_lessons\\_from\\_the\\_longest\\_study\\_on\\_happiness](https://www.ted.com/talks/robert_waldinger_what_makes_a_good_life_lessons_from_the_longest_study_on_happiness)