

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ตุลาคม 2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ตุลาคม 2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

APPROACHES TO DEVELOPING AND PROMOTING WELLNESS TOURISM IN PHUKET
PROVINCE



A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of philosophy Degree in Tourism and Hotel Management
October 2024
Copyright 2024 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

ของ กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชุมนะ เดชคณา)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร. ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริพร แพรศรี)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. รักษิต สุธธิพงษ์)

- เรื่อง:** แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต
- ผู้วิจัย:** ภัฏญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล, วิทยานิพนธ์: ปริญญาโท (การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2567
- อาจารย์ที่ปรึกษา:** รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์นา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ ดร.ณัฐรินทร์ ปริงศ์กุลธร
- คำสำคัญ:** การพัฒนา, นักท่องเที่ยวต่างชาติ, การส่งเสริม, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต 2) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต 3) ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 21 คน

จากผลการวิจัย พบว่า 1) จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10As) และสามารถพัฒนาต่อสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกได้ 2) ด้านพฤติกรรม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พบว่า เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก ใช้ระยะเวลาในการเที่ยวน้อยกว่า 7 วัน เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม ใช้บริการเช่ารถมอเตอร์ไซด์/รถยนต์ รับทราบข้อมูล/ข่าวสารด้านบริการสุขภาพจากอินเทอร์เน็ต เคยเข้าร่วมโปรแกรมด้านสุขภาพหรือใช้บริการด้านสุขภาพอย่างน้อย 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาสุขภาพ เหตุผลหลักในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย โดยนิยมเข้าใช้บริการแพคเกจสปามากที่สุด และมีความสนใจในโปรแกรมสปาและนวดเพื่อสุขภาพมากที่สุด โดยใช้จ่ายเงินกับการซื้อโปรแกรมและแพคเกจสุขภาพ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท นอกจากนี้ ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ ปัจจัยด้านบรรยากาศ/สภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านราคาสมเหตุสมผล และปัจจัยด้านการบริการอย่างมีอาชีพ นักท่องเที่ยวนิยมการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตจากช่องทางออนไลน์ 3) ปัจจัยแรงจูงใจหลักที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด คือ การพักผ่อนและการหลบหนี ปัจจัยแรงจูงใจรองที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด คือ ราคา และ ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน และ 4) แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ได้มีการเสนอแนวทางในหลายแง่มุม ซึ่งสามารถสรุปออกมาได้ 1 วิสัยทัศน์ 7 พันธกิจ 4 แนวทาง 11 กลยุทธ์ 56 โครงการ ภายใต้แบรนด์ “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตที่เหมาะสมสำหรับทุกคน” ประกอบไปด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ ความมั่นคงทางสุขภาพ การบริการพิเศษเหนือระดับ ความหรูหรา เป็นมิตรต่อคนท้องถิ่น ธรรมชาติบำบัด ความสมดุลระหว่างร่างกายและจิตใจ สุขภาพของชีวิต ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ

Title: APPROACHES TO DEVELOPING AND PROMOTING WELLNESS TOURISM IN PHUKET PROVINCE
Author: Kanyapat Pattanapokinsakul, Dissertation: Ph.D. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2024
Advisor: Associate Professor Dr. Seri Wongmonta Co-advisor Associate Professor Dr.Kannapa Pongponrat Chieochan Dr.NUTTHARIN PARIWONGKHUNTORN
Keywords: development, international tourist, promotion, wellness tourism

ABSTRACT



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และการช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ประกอบไปด้วย รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ และดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุล ธร กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่สละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ชี้แนะวิธีการ และข้อบกพร่องต่างๆ ประสานงานผลักดัน ให้กำลังใจ และช่วยแก้ไขปัญหาระหว่างการดำเนินวิทยานิพนธ์ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปกป้องวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร. ชูชนะ เตชคณา ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร แพรศรี อาจารย์บัณฑิตศึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำอันทรงคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาข้อบกพร่องของงานวิทยานิพนธ์ จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคผู้ประกอบการ และภาคนักวิชาการ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้การสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนักทอที่เกี่ยวข้องชาวต่างชาติที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามความคิดเห็นในการจัดทำวิทยานิพนธ์นี้ รวมถึงให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตต่อไป

ขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยพะเยาที่ให้ทุนสนับสนุนสำหรับการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ และขอขอบพระคุณผู้บริหาร คณาจารย์ และบุคลากรทุกท่านของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยาที่ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกตลอดการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะมีประโยชน์แก่ภาครัฐ เอกชน ประชาชนในพื้นที่ และ นักท่องเที่ยวทุกท่าน และขอขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัวของข้าพเจ้าที่ให้ความช่วยเหลือแนะนำและให้กำลังใจแก่ข้าพเจ้าเสมอมา และขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาจนสำเร็จการศึกษา ทั้งนี้ หากมีข้อบกพร่องประการใดที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
คำถามสำหรับการวิจัย	9
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	10
ขอบเขตการวิจัย	10
นิยามศัพท์เฉพาะ	12
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
1. การพัฒนาการท่องเที่ยว	15
2. ศักยภาพการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต	18
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านอื่นๆของจังหวัดภูเก็ต	22
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	33
5. ความหมายและประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	38
6. องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	43
7. การจัดการจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวงจรชีวิตของพื้นที่ท่องเที่ยว (Tourism Area Life Cycle).....	47
8. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	53

9. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	60
10. การตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว	67
11. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	71
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	74
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	87
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	87
การวิจัยเชิงคุณภาพ	94
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	99
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	100
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	102
ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	110
ตอนที่ 4 ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	119
ตอนที่ 5 ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	123
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	176
บทที่ 5 บทสรุป	188
สรุปผลการวิจัย	188
อภิปรายผลการวิจัย	209
ข้อเสนอแนะ.....	237
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	238
บรรณานุกรม	240
ภาคผนวก	255

ประวัติผู้วิจัย	300
-----------------------	-----



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 การวางแผนพัฒนาจุดหมายปลายทาง (Destination Development Plan)	16
ตาราง 2 แสดงประเภทแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆของจังหวัดภูเก็ต	23
ตาราง 3 ภาพรวมอุตสาหกรรม Wellness Industry	40
ตาราง 4 แสดงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตกับรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	43
ตาราง 5 แสดงเกณฑ์เมืองสุขภาพดี	52
ตาราง 6 แสดงถึงจำนวนและร้อยละด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	100
ตาราง 7 แสดงถึงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	103
ตาราง 8 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสนใจในบริการ ด้านสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	107
ตาราง 9 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	108
ตาราง 10 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	109
ตาราง 11 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	111
ตาราง 12 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	120
ตาราง 13 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	123
ตาราง 14 สรุปผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต	153

ตาราง 15 สรุปผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต 10As.....	179
ตาราง 16 สรุปผลการสัมภาษณ์ส่วนประสมทางการตลาดต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพจังหวัดภูเก็ต 10Ps.....	183
ตาราง 17 สรุปผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต	202
ตาราง 18 สรุปผลการวิเคราะห์ TOWS ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต.....	204



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพ 1 การเชื่อมโยงระหว่าง Wellness Tourism กับการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ	2
ภาพ 2 มูลค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก	3
ภาพ 3 องค์ประกอบของ Wellness ของ Nahrstedt (2004)	39
ภาพ 4 วงจรชีวิตของพื้นที่ท่องเที่ยว (Tourism Area Life Cycle).....	47
ภาพ 5 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกาหนดตำแหน่งการสร้างแบรนด์และการสร้างแบรนด์ของ จุดหมายปลายทาง (PIB: Positioning Image Branding).....	49
ภาพ 6 Push and Pull Motivation Theory.....	62
ภาพ 7 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of Need) 63	
ภาพ 8 ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder: TCL)	65
ภาพ 9 กระบวนการการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของผู้บริโภคของคอตเลอร์.....	68
ภาพ 10 แสดงการบริการด้านต่างๆของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	70
ภาพ 11 กรอบแนวคิดการวิจัย	86
ภาพ 12 สารการสร้างตราสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต	209
ภาพ 13 รูปแบบแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต (The Conceptual Model of Wellness Tourism)	230
ภาพ 14 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (12A's)	232
ภาพ 15 ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (11P's)	234
ภาพ 16 นักวิเคราะห์แผนและนโยบาย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดภูเก็ต	256
ภาพ 17 ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดภูเก็ต.....	256
ภาพ 18 ตัวแทนจากสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดภูเก็ต.....	257
ภาพ 19 ผู้อำนวยการกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด.....	257

ภาพ 20 สำนักงานจังหวัดภูเก็ต เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนา จังหวัด	258
ภาพ 21 ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต	258
ภาพ 22 คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดภูเก็ต	259
ภาพ 23 ประธานสมาคมสปาเพื่อสุขภาพ จังหวัดภูเก็ต	259
ภาพ 24 โรงแรม Homa ภูเก็ต ตัวแทนจากสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้.....	260
ภาพ 25 กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจทีเอส (ภูเก็ต) จำกัด.....	260
ภาพ 26 อาจารย์วิชาเอกการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	261
ภาพ 27 อาจารย์สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต	261
ภาพ 28 ผู้ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จาก Patong bay Residence, Phuket	262
ภาพ 29 ผู้ปฏิบัติการและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	262
ภาพ 30 ผู้ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากภูมมนตราสปา ภูเก็ต.....	263
ภาพ 31 ผู้ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากพรรณนาราสปา ภูเก็ต.....	263
ภาพ 32 การเข้าร่วมงานเสวนา หัวข้อ Wellness Wave: A Deep dive into Phuket wellness tourism in the future. Perspectives of Multi-cultural Management เพื่อเก็บข้อมูล ประกอบการทำวิทยานิพนธ์	264
ภาพ 33 การเข้าร่วมการประชุมการจัดทำแผนพัฒนาเสาหลักด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเก็บ ประกอบการทำวิทยานิพนธ์	264
ภาพ 34 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต	265
ภาพ 35 บัตรขออนุญาตเก็บข้อมูลแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต	265

บทที่ 1

บทนำ

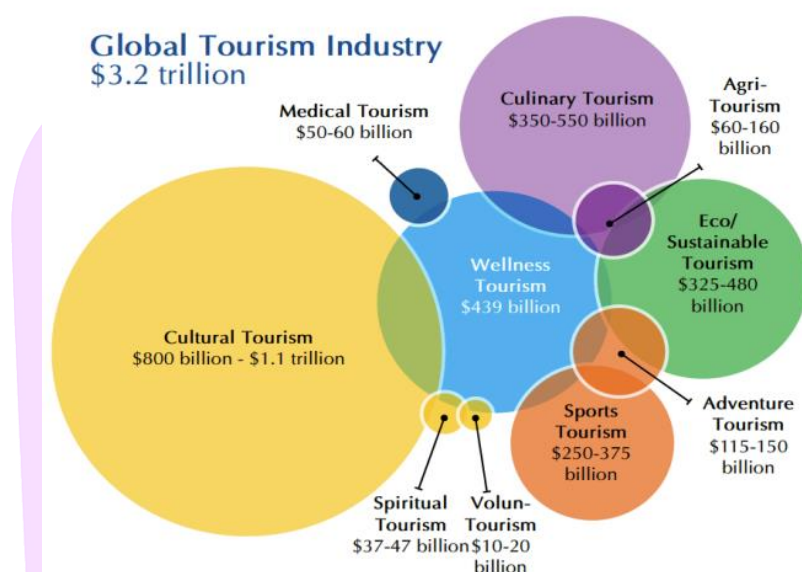
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก มีการขยายตัวทั้งในภาคธุรกิจและจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกเริ่มคลี่คลาย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใหม่ๆ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ พักฟื้นร่างกาย ผ่อนคลายความเครียด หลีกหนีความจำเจ เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ รวมถึงการเข้าสังคมพบเจอคนใหม่ๆ มากขึ้น ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเริ่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง (World Tourism Organization : UNWTO, 2017) ส่งผลให้ในปี 2565 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยจำนวนมากขึ้น ซึ่งเป็นจำนวนทั้งสิ้น 11,153,026 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 ของปี 2562 สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวประมาณ 589,833 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31 ของปี 2562 ก่อนสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวปัจจุบันมีความสนใจเรื่องการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (TAT Review, 2566)

ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ และกลุ่มเฉพาะมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม เนื่องจากนักท่องเที่ยวปัจจุบันมีความใส่ใจด้านสุขภาพมากขึ้น รวมทั้งโลกปัจจุบันได้ก้าวสู่ภาวะการณ์สังคมสูงวัย เป็นสาเหตุให้มีการเพิ่มความสำคัญกับการดูแลสุขภาพให้แข็งแรงทั้งสุขภาพทางกายและจิตใจ รวมทั้งด้านความงามและการชะลอวัย โดยมีพฤติกรรมเน้นการป้องกันก่อนเจ็บป่วย มุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นสำคัญ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป กล่าวคือนักท่องเที่ยวได้หันมาให้ความสำคัญกับเรื่องความสะดวก สุขอนามัย และความยืดหยุ่นในการให้บริการการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรม คือ ต้องการมองหาธรรมชาติ (Nature Seeking) ติดสะอาด (Hygieneaholic) และต้องการความยืดหยุ่น (Flexi Needed) ดังเช่นนักท่องเที่ยวปัจจุบันมีความต้องการโปรแกรมและบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ และต้องการความปลอดภัย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) มีการเชื่อมโยงและส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกๆ กลุ่ม ทั้งยังมีมูลค่าการตลาดสูงเป็นอันดับที่ 4 รองจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 15.6

ของรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม และมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงเฉลี่ยร้อยละ 7.5 ต่อปี ในช่วงระหว่าง ปี 2558-2563 (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560)

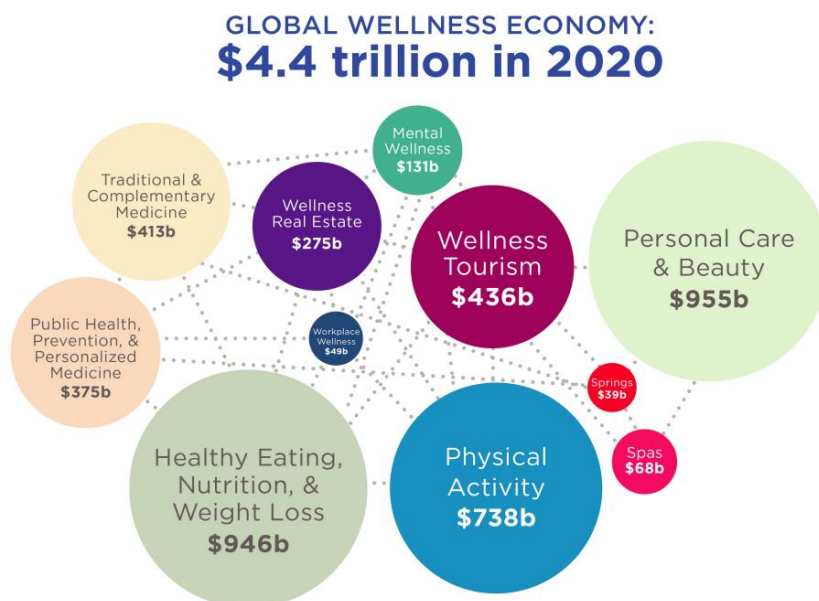
จากข้อมูลของ Global Wellness Institute (2013) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของโลกมีมูลค่าสูงถึง 439 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทั้งยังแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย



ภาพ 1 การเชื่อมโยงระหว่าง Wellness Tourism กับการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ

ที่มา : The Global Wellness Tourism Economy (2013) กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2559)

จากภาพ 1 แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร



ภาพ 2 มูลค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก

ที่มา : Global Wellness Institute (2022)

จากภาพ 2 แสดงถึงกลุ่มอุตสาหกรรมเชิงสุขภาพโลกในปัจจุบัน ซึ่ง 5 อุตสาหกรรมเชิงสุขภาพที่มีมูลค่าสูงของโลก คือ ธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพ สร้างมูลค่าสูงถึง 955 พันล้านดอลลาร์สหรัฐมากที่สุด รองลงมา คือ ธุรกิจด้านอาหารสุขภาพ โภชนาการและลดน้ำหนัก มีมูลค่า 946 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ธุรกิจด้านกิจกรรมทางกายหรือการเคลื่อนไหวร่างกาย 738 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 436 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ซึ่งประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเยอรมัน และประเทศอังกฤษ ถือได้ว่าเป็น 5 กลุ่มตลาดเป้าหมายหลักในการให้บริการธุรกิจสุขภาพของโลก

ทั้งนี้ จากรายงานของ Global Wellness Institute ในปี 2018 พบว่า อัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ในทวีปเอเชียสูงเป็นอันดับที่ 1 ของโลก เติบโตขึ้นเพิ่มสูงขึ้น 33% จาก 194 ล้านทริป เป็น 258 ล้านทริปภายในระยะเวลา 2 ปี (ภริตา บุญล้อม, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siamrath (2012) ที่กล่าวว่าธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รวมทั้งมีผู้ประกอบการจำนวนมากคิดเป็นอันดับ 1 ใน 3 ของอุตสาหกรรมสปาโลก โดยธุรกิจสปาได้กลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับระดับสากลในด้านคุณภาพ การบริการและผลลัพธ์ที่ดีต่อสุขภาพที่มีความสำคัญไม่แพ้ธุรกิจบริการประเภทอื่น โดยกลุ่มตลาดหลักร้อยละ 80 ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ จึงส่งผลให้

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น ที่พักเชิงสุขภาพ สปา คลินิกสุขภาพและความงาม ร้านอาหารสุขภาพ สนามบินเชิงสุขภาพ เป็นธุรกิจที่น่าสนใจจับตามองและมีแนวโน้มการขยายตัวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลไทยจึงได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยมีการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2559-2568) และเป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวในอาเซียน โดยมีกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical & Wellness Tourism) การจัดงานแต่งงาน (Wedding & Romance) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Marine Tourism)

ทั้งนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ข้อมูลว่า ได้มีการเตรียมแผนงานสำหรับพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทยยังคงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย มุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างเข้มแข็ง ก้าวสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่มีขีดความสามารถการแข่งขันในระยะยาว มีการปรับยุทธศาสตร์สู่การท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน หรือ high-value & sustainable tourism ภายใต้แผน 3R ประกอบด้วย 1) Reopen (ปี 2564) ซึ่งเป็นช่วงทดลองเปิดภายใต้นโยบาย Phuket Sandbox 2) Recover (ปี 2565) เป็นช่วงการเปิดประเทศเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2564 3) Resilient (ปี 2566-2570) เป็นช่วงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและความยั่งยืน โดยรัฐบาลได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2559 - 2568) ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ได้มุ่งเน้นพัฒนาในประเด็น ได้แก่ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ การพัฒนาบริการรักษาพยาบาล การพัฒนาบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ การพัฒนาบริการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก การพัฒนาบริการวิชาการและงานวิจัยทางการแพทย์ (Academic Hub) การพัฒนายาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 หมวดหลัก คือ 1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) 2) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) 3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และ 4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2559)

ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำด้านการจัดบริการสุขภาพในระดับโลก ส่งผลให้ไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบริการสุขภาพ ทำให้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของตลาดกลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 100,000 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนรายได้จากผู้บริโภคชาวไทย : ชาวต่างชาติ ประมาณร้อยละ 75 : 25 และคาดว่าภายหลังจากการเปิดการค้าเสรี AEC จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสูงอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายการลงทุนที่เพิ่มขึ้นของโรงพยาบาลเอกชน ทั้งในกรุงเทพและรวมถึงพื้นที่ที่มีศักยภาพใน

ต่างจังหวัด เพื่อรองรับผู้รับบริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยมีสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานนานาชาติแบบ JCI (Joint Commission International) จำนวน 53 แห่งในประเทศไทย (กันยายน พ.ศ. 2559) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติจากสหรัฐอเมริกา

ในด้านธุรกิจสปา/นวดไทยและผลิตภัณฑ์สปา ในปี พ.ศ. 2558 พบมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 31,000 ล้านบาท เนื่องจากมีความต้องการในใช้บริการสปาและการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสปาเพิ่มมากขึ้นทั้งกลุ่มลูกค้าในประเทศและกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ คาดว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สปาจะมีมูลค่าถึง 2,240 ล้านบาท (ข้อมูลจากสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร, 2558 และศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพอย่างมากในการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนานาชาติ โดยสามารถแบ่งระดับขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตได้ออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับสูง ได้แก่ ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) ธุรกิจโภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet) และ ระดับปานกลาง ได้แก่ ธุรกิจการดูแลความงาม (Beauty Care) ธุรกิจการพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation) ธุรกิจสมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity) และธุรกิจการศึกษา (Education) (พุทธพร อักษรไพโรจน์, 2563)

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของประชาชาติธุรกิจ, (2564) และ สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, (2565) ได้ระบุว่าจังหวัดภูเก็ตมีสถานบริการเพื่อสุขภาพ ประเภทสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต และมีการขึ้นทะเบียนถูกต้องกฎหมาย 600 แห่ง แบ่งเป็นร้านสปา 150 แห่งและร้านนวดเพื่อสุขภาพ 450 แห่ง มีสถานพยาบาลประเภทโรงพยาบาลรัฐจำนวน 3 แห่ง และโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 3 แห่ง ยังทั้งมีสถาบันศัลยกรรมตกแต่งความงามภูเก็ต (PPSI) ที่ได้รับ Joint Commission International (JCI) มาตรฐานการยอมรับระดับสากลมีชื่อเสียงลำดับต้นๆของประเทศไทย จำนวน 1 แห่ง มีธุรกิจที่ฝึกเชิงสุขภาพจำนวน 18 แห่ง และมีธุรกิจที่ฝึกที่มีโปรแกรมฟื้นฟูร่างกายจำนวน 15 แห่ง ด้วยปัจจัยสนับสนุนเชิงบวกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและศักยภาพการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องทั้งในด้านรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับกระแสการเติบโตด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกที่นักท่องเที่ยวได้เริ่มให้ความสำคัญในการสร้างความสมดุลของชีวิตทั้งด้านร่างกาย จิตใจและจิตวิญญาณ จากศักยภาพเหล่านี้ทำให้จังหวัดภูเก็ตเห็นถึงโอกาสในการเดินทางพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่ระดับโลก รวมทั้งเตรียมพร้อมรองรับการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งของการนำศาสตร์ในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของไทยมาใช้ประกอบในการบริการทางสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ได้แก่ สปาสมุนไพร นวดไทย ฤๅษีดัดตน โยคะ การฟื้นฟูจิตใจโดยสมาธิ การล้างพิษ และการดูแลอาหารให้เหมาะกับแต่ละบุคคล เป็นต้น อาจแบ่งกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) สปา และการนวดแผนไทย 2) แพทย์ทางเลือก และ 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยธรรมชาติ

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต มีสินค้าหลักซึ่งเป็นจุดแข็งและมีความโดดเด่น คือ บริการสปา โดยนักท่องเที่ยวประเภททัวร์จากเอเชียเกือบทั้งหมดจะมีการทำซื้ทัวร์ที่จะรวมรายการสปาและการซื้อสินค้า โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนจะมีความชื่นชอบบริการสปาไทย ส่วนตลาดอื่นๆจะมีรูปแบบการจัดรายการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเลือกรายการสปาเป็นทางเลือก (Option) (พุทธพร อักษรไพโรจน์, 2563) นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังเป็นกลุ่ม มีการศึกษาดี ฐานะปานกลางถึงสูง มีกำลังซื้อสูง มีจำนวนวันที่พักยาวนาน จึงทำให้มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยวแต่ละครั้งสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มประชากรผู้ที่มีรายได้สูง ผู้เกษียณอายุจากต่างประเทศ กลุ่ม Millennials (Gen Y) กลุ่ม Active senior และนักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่เต็มใจเข้ารับการบริการเพื่อตอบสนองประสบการณ์และคุณค่าของชีวิต โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเข้าพักในโรงแรมกว่าร้อยละ 72.2 และมีระยะเวลาการเข้าพักน้อยกว่าหนึ่งสัปดาห์ร้อยละ 75 และหนึ่งถึงสองสัปดาห์ร้อยละ 23 เพื่อใช้บริการทางการแพทย์ อาทิเช่น ชะลอวัย ตรวจสุขภาพทั่วไป และศัลยกรรม ตามลำดับ และใช้บริการเชิงสุขภาพ อาทิเช่น สปา โยคะ อาหารสุขภาพ ตามลำดับ ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (พิชญาภรณ์ ภูมิอินันท์ และ ณาริญา วีระกิจ, 2561) ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณาริญา วีระกิจ ชัยนันต์ ไชยเสน พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม (2562) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักในการเดินทางเพื่อการดูแลสุขภาพและพักผ่อนหย่อนใจ โดยใช้เวลาพำนักประมาณ 7-14 วัน และนิยมใช้บริการศัลยกรรมความงามและการชะลอวัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบไปด้วยธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยทางอ้อม รวมทั้งธุรกิจสนับสนุนต่างๆ ได้แก่ ธุรกิจด้านการเดินทาง ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจที่ให้บริการด้านการจองหรือซื้อบริการด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจสถานพยาบาล ธุรกิจด้านการศึกษา ธุรกิจสปาเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ และหน่วยงานสนับสนุนซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานธุรกิจ เช่น สถาบันการเงิน บริษัท ประกันภัย สถาบันการศึกษา ธุรกิจสื่อสารต่างๆ เป็นต้น องค์การและสมาคมต่างๆ เช่น สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงแรมไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย สมาคมสปาไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย ฯลฯ

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงาน กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ช่วยสร้างงาน สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในพื้นที่ และยังก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่นับเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญ (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2560)

ปัจจุบันผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้มีการเชื่อมโยงแบบองค์รวมและสนใจที่จะพัฒนาความร่วมมือกับธุรกิจอื่นๆ เพื่อเพิ่มโอกาส อาทิเช่น สร้างความร่วมมือกับสนามกอล์ฟในจังหวัดภูเก็ตนำเสนอโปรแกรมเพื่อสุขภาพที่รวมกิจกรรมการเล่นกอล์ฟ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารักสุขภาพในกลุ่มนิยมการเล่นกอล์ฟโดยเฉพาะซึ่งเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง สร้างความร่วมมือกับศูนย์การตรวจวิเคราะห์และเสริมสร้างศักยภาพทางสมอง และศูนย์บริการตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์ (N Health) ของโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต สร้างความร่วมมือกับโรงแรมโดยการส่งบุคลากรไปให้ความรู้เรื่องโภชนาการหรือให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพแก่นักงานและผู้เข้ารับบริการของโรงแรม มีสร้างความร่วมมือกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆและโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต เพื่อสร้างความเชื่อมโยงการให้บริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมให้มีความชัดเจนและสมบูรณ์มากขึ้น ทั้งนี้การสร้างความร่วมมือทั้งในด้านเศรษฐกิจ การลงทุน และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือที่ดีระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้มีการเติบโตและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

ในปี 2566 เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มชะลอการขยายตัวลงเนื่องจากปัญหาเงินเฟ้อที่ยังคงอยู่ในระดับสูงและการดำเนินนโยบายการเงินที่เข้มงวดโดยเฉพาะประเทศเศรษฐกิจหลัก ทั้งสหรัฐอเมริกา ยุโรปและจีน ซึ่งในสถานการณ์เช่นนี้ได้ส่งผลให้ผู้ที่ใส่ใจสุขภาพมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปรักษาในประเทศทางเลือกที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าและมีความคุ้มค่ามากกว่า หากเมื่อเทียบกับจุดหมายปลายทางคู่แข่งหลายแห่ง ทำให้ประเทศไทยได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางในอุดมคติสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก (PPTV Online,2565) จังหวัดภูเก็ตมีการคมนาคมที่สะดวกทั้งทางอากาศ (สนามบินนานาชาติ) ทางเรือ (ท่าเรือมาริน่า) ทางบก (รถประจำทางและรถส่วนตัว) มีโรงแรมระดับ 5 ดาวที่ให้บริการโปรแกรมการเข้าพักพร้อมดูแลสุขภาพเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบต่างๆให้กับนักท่องเที่ยว มีการให้บริการสถานพยาบาลทางการแพทย์เฉพาะทาง มีสปาและความงามที่ทันสมัยครบวงจร อีกทั้งยังเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก จึงถือได้ว่าเป็นข้อได้เปรียบหรือจุดแข็งของจังหวัดภูเก็ตที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จากข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดภูเก็ต (Gross Provincial Product : GPP) จำแนกตามสาขาการผลิต พ.ศ. 2561 – 2563 พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีรายได้จากกิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์สูงขึ้นตั้งแต่ ปี 2561 – 2563 เป็นจำนวน 4,143 ล้านบาท 4,863 ล้านบาท และ 5,171 ล้านบาท ตามลำดับ (สำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต, 2565) ด้วยเหตุนี้ทำให้จังหวัดภูเก็ตได้เล็งเห็นถึงศักยภาพและได้เริ่มผลักดันการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน Specialized Expo 2028 ภายใต้ชื่องาน Expo 2028–Phuket, Thailand ได้ โดยมีแนวคิดคือ Future of Life : Living in Harmony, Sharing Prosperity ชีวิตแห่งอนาคต-แบ่งปันความรุ่งเรือง อยู่ร่วมกันเป็นหนึ่งใน โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณเพื่อดำเนินโครงการเพื่อเสริมสร้างศักยภาพต่อยอดความเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ โครงการก่อสร้างศูนย์สุขภาพนานาชาติอันดามันภูเก็ต (International Health & Wellness Center) งบประมาณกว่า 5,000 ล้านบาท โครงการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดภูเก็ตสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวสุขภาพระดับโลก (International Health and Wellness Center) โครงการศูนย์ตกแต่งและศิลปกรรมความงามระดับนานาชาติ และโครงการ International Phuket Medical Plaza เป็นต้น จังหวัดภูเก็ตจึงได้มีการวางเป้าหมายไว้อย่างชัดเจนว่าจะพัฒนาและส่งเสริมจังหวัดให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา (Wellness Hub) ในระดับมาตรฐานนานาชาติ ซึ่งเป็นหนึ่งในเป้าหมายของแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2566 – 2570 และแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต 20 ปี พ.ศ. 2566 – 2585 (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2565)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจังหวัดภูเก็ตจะมีศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแล้วในระดับหนึ่ง แต่ยังคงต้องมีการเตรียมความพร้อมพัฒนาและปรับปรุงอีกหลายด้านเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อันได้แก่ 1) การพัฒนาทักษะของบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพในการให้บริการ โภชนาการ กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ความปลอดภัย มาตรฐานและข้อกำหนดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เพียงพอต่อความต้องการ 2) การพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศแก่บุคลากรที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ภาษารัสเซีย ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดหลักที่เข้ามาใช้บริการเชิงสุขภาพ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศรัสเซียมากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และเยอรมนี ตามลำดับ อีกทั้งยังมีนักท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชีย ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากประเทศกัมพูชา เมียนมาร์ และลาว ตามลำดับ (วาริพร ชูศรี และ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, 2563) 3) การพัฒนาคุณภาพของสถานบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ได้มาตรฐานสากล การจัดบริการในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งควรมีการผลักดันให้มีการจัดบริการ Wellness Service Unit ที่ได้มาตรฐานตามกำหนดและมีการจดทะเบียนอย่างถูกต้อง ซึ่งจะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาคุณภาพ

สถานบริการกลุ่มที่พัก ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไม่
 ว่าจะเป็นการขยายระยะวันพักของผู้มารับบริการ การเพิ่มการจัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพ (Wellness
 Services) เพื่อบริการนักท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2557) 4) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการ
 ที่ดี เนื่องจากยังขาดการส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งยังขาด
 การร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิง
 สุขภาพในจังหวัดภูเก็ตในการร่วมวางแผนทางการพัฒนารายการเฉพาะหรือเชื่อมโยงรายการร่วมกับ
 บริการส่งเสริมสุขภาพอื่นๆ เพื่อจัดหรือให้บริการกิจกรรมใหม่ๆ ให้สอดคล้องตามความต้องการของ
 กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่อยู่ในวัยผู้สูงอายุ กลุ่มที่เกษียณอายุ ซึ่งในอนาคตคาดว่านักท่องเที่ยว
 กลุ่มนี้จะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากขึ้น (ณาริญา วีระกิจ ชัยนันต์ ไชยเสน พุทธพร
 อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม, 2562 ; พุทธพร อักษรไพโรจน์, 2563) 5) การพัฒนามูลค่าเพิ่มและ
 ชีตความสามารถของธุรกิจสปาให้เป็นเมดิคอสปา (Medical Spa) เพื่อยกระดับธุรกิจสปาและการ
 ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้แบบ One Stop Service ได้อย่างครบวงจร 6) การพัฒนาอัต
 ลักษณะท้องถิ่นภูเก็ตมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจส่งเสริมสุขภาพสปา เพื่อเพิ่มจุดเด่นด้านอัตลักษณ์สปา
 ภูเก็ตในมิติใหม่ พร้อมกับการมอบประสบการณ์แปลกใหม่และความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่หา
 ไม่ได้จากสปาที่อื่นๆ (ณาริญา วีระกิจ ชัยนันต์ ไชยเสน พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม,
 (2562) ; พุทธพร อักษรไพโรจน์, (2563))

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาผู้วิจัยยังพบงานวิจัยจำนวนน้อยที่เกี่ยวกับการสำรวจ
 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
 ต่างชาติ ตลอดจนการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะในบริบท
 ของจังหวัดภูเก็ต ดังนั้น จึงจำเป็นต้องทำวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
 เชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในสร้างการพัฒนาและส่งเสริมจังหวัดภูเก็ตสู่การ
 เป็น เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism city) และศูนย์กลางทางการแพทย์และส่งเสริม
 สุขภาพระดับโลก (Medical and Wellness hub) และสามารถนำไปใช้ในการเป็นแนวทางในการ
 พัฒนาสินค้าและบริการเชิงสุขภาพ กำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองและรองรับนักท่องเที่ยวที่
 เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำถามสำหรับการวิจัย

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีอะไรบ้าง
2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีอะไรบ้าง
3. นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีแรงจูงใจและความพึงพอใจต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิง
 สุขภาพในจังหวัดภูเก็ตในด้านใดบ้าง

4. แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต
4. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการศึกษาของการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นทำการศึกษาข้อมูลเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมจังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีเนื้อหาสำคัญดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา ประกอบไปด้วย ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้องค์ประกอบการท่องเที่ยว (10As) มาศึกษาศักยภาพการเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) การบริการเสริม (Ancillaries) ที่พักแรม (Accommodation) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) บรรยากาศหรือสภาพแวดล้อม (Atmosphere) การจัดรายการนำเที่ยว (Availability) การเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Amiability) การมีส่วนร่วมของพันธมิตรหรือเครือข่าย (Alliances)
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม ประกอบด้วย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ ประกอบไปด้วย แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทฤษฎีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูด (Push and Pull Motivation Theory) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of Need) ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder: TCL)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ประกอบไปด้วย แนวคิดความพึงพอใจ องค์ประกอบของความพึงพอใจ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริม ประกอบไปด้วย แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (10Ps) เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ได้แก่ สินค้าและบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) การจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ (Packaging) การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Programming) การผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) ผู้คน (People) และ กระบวนการและระบบการบริหารจัดการและขั้นตอน (Process)

ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมจังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการการท่องเที่ยวสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน
2. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต อาทิเช่น ที่พัก สปา บริษัทนำเที่ยว โรงพยาบาลเอกชน สมาคมต่างๆ หรือผู้แทนจากหน่วยงาน จำนวน 6 คน
- 3.ภาครัฐ ได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐที่เกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ภูเก็ต) การท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย (ภูเก็ต) สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต) จำนวน 5 คน
4. ภาคผู้ปฏิบัติการ ได้แก่ ผู้ปฏิบัติการหรือผู้ให้บริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต (ผู้จัดการสปา พนักงานสปา พนักงานโรงแรม) จำนวน 5 คน
5. ภาควิชาการ ได้แก่ นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 5 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษากิจการวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย คือ จังหวัดภูเก็ต ใน 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกลาง และอำเภอกะทู้

ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตด้านเวลาในการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2566 - สิงหาคม 2567

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ ในขณะเดียวกันก็แบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมและใช้บริการส่งเสริมสุขภาพในการฟื้นฟูและสร้างสมดุลให้กับร่างกายและจิตใจ เช่น แพคเกจสุขภาพ รับบริการโปรแกรมการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ (Wellness Package) โภชนาการบำบัด ดิทัอกหรือลั้งสารพิษในร่างกาย โยคะ การนวด อบ ประคบสมุนไพร การออกกำลังกาย มวยไทย การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกายทั่วไป

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourist) หมายถึง ผู้ที่ออกเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและใช้บริการหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ การใช้บริการที่พักเชิงสุขภาพ สปา โภชนาการบำบัด ดิทัอกหรือลั้งสารพิษในร่างกาย โยคะ การนวด อบ ประคบสมุนไพร การออกกำลังกาย มวยไทย การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกายทั่วไป

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Wellness Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยว ที่แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจทั้งก่อนใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต การได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยว จุดประสงค์ของการมาท่องเที่ยว และหลังการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงจูงใจเป็นกระบวนการกระตุ้นความต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เพื่อตอบสนองอย่างมีทิศทางและดำเนินไปสู่เป้าหมาย (Goal) ตามที่ต้องการ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ทั้งก่อนและหลังการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตและเกิดความประทับใจกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

การพัฒนา (Development) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงทุก ๆ ด้าน และความสามารถในการปรับตัวต่อสภาวะแวดล้อมหรือภาวะใหม่ เพื่อนำไปสู่สิ่งใหม่ที่ดีขึ้น มีความเจริญก้าวหน้า ความทันสมัย สะดวกสบาย สามารถตอบสนองความต้องการได้ โดยดำรงไว้ซึ่งคุณค่าและรากฐานที่ดั้งเดิมของสังคม ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง ความปลอดภัย สังคม และวัฒนธรรม

การส่งเสริม (Promotion) หมายถึง กระบวนการวางแผนในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อนำความรู้ไปใช้ในการสื่อสาร การสร้างการรับรู้รูปแบบต่างๆให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อ

กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ พร้อมกับสร้างแรงจูงใจ ความต้องการ และการตัดสินใจเดินทาง มาท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางนั้นๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ภาครัฐสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการเพื่อสร้างแรงจูงใจแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผลักดันอัตลักษณ์และสร้างการรับรู้ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และเป็นแกนนำหลักในการส่งเสริมด้านความร่วมมือระหว่างองค์กรแบบภาคีที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระยะสั้นและยาว เพื่อสร้างความยั่งยืน
2. ภาควิชาการสามารถใช้เป็นแนวทางในการผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการ เฉพาะพิเศษและมีความรู้ขั้นสูงเชิงสุขภาพโดยเฉพาะเพื่อตอบสนองความต้องการแรงงานของตลาดให้มีความเพียงพอ และพัฒนางานวิจัยเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบุคลากร การบริหารจัดการ การให้บริการ การสร้างผลิตภัณฑ์ และสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำไปใช้ในการส่งเสริมวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่มีความสอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต
4. ภาครัฐผู้ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะและคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมตรงตามความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด และเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต” เป็นการศึกษาเพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และส่งเสริมสู่การเป็นเมืองสุขภาพในอนาคต ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ และ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ ดังนี้

1. การพัฒนาการท่องเที่ยว
2. ศักยภาพการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านอื่นๆของจังหวัดภูเก็ต
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยว
5. ความหมายและประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
6. องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
7. การจัดการจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
8. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
9. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
10. การตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว
11. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การพัฒนาการท่องเที่ยว

วริษา ตันติสุทธิเวช (2550) ได้กล่าวว่า “การพัฒนา” คือ กระบวนการของการเคลื่อนไหวจาก สภาพที่ไม่น่าพึงพอใจไปสู่สภาพที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นการพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลง อยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2532) ได้นิยามว่า “การพัฒนา” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการ กระทำให้เกิดขึ้นหรือมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้าและการเปลี่ยนแปลงนี้จะมีสองส่วนที่ เกี่ยวข้อง คือ การเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งจะต้องมีทิศทางที่ดีขึ้นเท่านั้น

พยอม ธรรมบุตร (2558) ได้กล่าวไว้ว่า “การพัฒนา” เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทุกด้าน ที่เป็นไปตามธรรมชาติ ตามกฎของไตรลักษณ์ หรืออาจเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านที่มนุษย์เร่งการ พัฒนาในอัตราที่เร็วกว่าธรรมชาติ โดยมนุษย์มุ่งหวังให้การพัฒนา นำไปสู่ความเจริญก้าวหน้า ความ ทนสมัยที่มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และเป็นไปด้วยความชอบธรรม โดยธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถี ชีวิตที่ดีงามของสังคมนั้น ๆ การพัฒนาดังกล่าวมีขอบข่ายครอบคลุมทุกระบบ และบริบท โดยมี การบูรณาการด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม การเมือง การปกครอง จิตใจ เพื่อสร้างความมั่นคง ยั่งยืนโดยมีการพัฒนาและการบริหารที่ชัดเจน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้นิยามว่า แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การ วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ไม่ใช่เพียงแค่การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรม เท่านั้น แต่รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีสภาพดีอยู่แล้วให้เกิดการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้นไป พร้อมกับการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งใหม่และเก่ามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยประกอบไป ด้วยขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการจัดสรรแบ่งพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อม
2. ขั้นตอนการกำหนดโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการในแต่ละพื้นที่ ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยว
3. ขั้นตอนการส่งเสริมกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งที่มนุษย์สร้างขึ้น และธรรมชาติในพื้นที่นั้นๆ
4. ขั้นตอนการประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของทรัพยากรแต่ละพื้นที่
5. ขั้นตอนการให้การศึกษาและเปิดโอกาสให้ชุมชนและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง รับรู้เข้าใจถึงผลกระทบทางบวกและทางลบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทรัพยากร
6. ขั้นตอนการจัดข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการรับรู้ ทราบถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์

7. ขั้นตอนการจัดหางบประมาณเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เพียงพอ โดยการดำเนินการแบบบูรณาการร่วมกันกับศาสตร์ที่หลากหลาย เพื่อนำไปวางแผนพัฒนาผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

อย่างไรก็ตาม ในการวางแผนทางพัฒนาจุดหมายปลายทางนั้น สามารถวางแผนเนื้อหาได้จากองค์ประกอบ 10 ข้อ ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 การวางแผนพัฒนาจุดหมายปลายทาง (Destination Development Plan)

10 As	การวางแผนเนื้อหา Appearance (Content Plan Topics)	รายละเอียดเนื้อหา (Content Detail Topics)
สิ่งที่ดึงดูดใจ (Attractiveness)	การพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว	-พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่และเก่า
ความสะดวกในการเข้าถึง (Access)	-การคมนาคม -โครงสร้างพื้นฐาน -การแบ่งโซนท่องเที่ยว (Tourism Zoning)	-สนามบิน และการบริการของสายการบินต่างๆ -การเข้าถึงของระบบน้ำ ไฟ ถนน -ระบบเส้นทางการท่องเที่ยว และขอบเขต เส้นทางการท่องเที่ยว
ความรับผิดชอบ (Accountability)	-กรอบและขอบเขตการ ปฏิบัติงานของหน่วยงาน -การศึกษาสถิติและการวิจัย	-โครงสร้างองค์กร -การประเมินผลการปฏิบัติงาน -ผลกระทบด้านสถิติการตลาด และเศรษฐกิจ
การปฏิบัติ (Action)	-การศึกษาสถิติและการวิจัย	-แผนการท่องเที่ยวระยะยาว -แผนการตลาด -การวิจัย -การปฏิบัตินำไปใช้จริง
กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	-โปรแกรมการท่องเที่ยว -การพัฒนาสินค้าการ ท่องเที่ยว	-การจัดงานเทศกาลและงานอีเว้นท์ต่างๆ - กิจกรรมท่องเที่ยวทางเลือกเฉพาะปัจเจก บุคคล
การรับรู้(Awareness)	การตลาดและประชาสัมพันธ์	-ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว -กลยุทธ์ทางการตลาด

ตาราง 1 (ต่อ)

10 As	การวางแผนเนื้อหา Appearance (Content Plan Topics)	รายละเอียดเนื้อหา (Content Detail Topics)
ภาพลักษณ์ที่ปรากฏ (Appearance)	-การพัฒนาสินค้าการ ท่องเที่ยว -การแบ่งโซนท่องเที่ยว (Tourism Zoning)	-ความสวยงามของทรัพยากรเมื่อแรกเห็น -วางแผนพื้นที่การให้บริการอย่างเป็นระบบ -การดูแลให้มีความสำคัญกับพื้นที่สาธารณะ
การเข้าถึงข้อมูล (Availability)	การตลาดและประชาสัมพันธ์	-การกระจายและเพิ่มช่องทางการตลาด -การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสารหรือไอซีที (Information and Communications Technology: ICT)
การรับรอง(Assurance)	-การให้บริการที่มีคุณภาพและ มาตรฐาน -ความปลอดภัยและการรักษา ความปลอดภัย -โครงสร้างพื้นฐาน -กฎหมายและข้อระเบียบ บังคับ	-การวางแผนด้านการท่องเที่ยวและบริการที่มี คุณภาพ -การวางแผนด้านสุขภาพและอาหารที่ปลอดภัย -การวางแผนระบบความปลอดภัยสาธารณะ -กำหนดข้อระเบียบบังคับที่ปฏิบัติได้จริง
การยกย่อง(Appreciation)	-ทรัพยากรมนุษย์ -แนวคิดภายในชุมชน	-ฝึกอบรมด้านการบริการ -ฝึกอบรมด้านภาษาต่างประเทศ -การรับรู้ด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน

ที่มา : ดัดแปลงข้อมูลจาก เสรี วงษ์มณฑา (2565)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การวางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้จุดหมายปลายทางมีความพร้อมในด้านต่างๆสำหรับการท่องเที่ยว เช่น สิ่งดึงดูดใจ การรับรู้ การปฏิบัติ การเข้าถึงข้อมูล ภาพลักษณ์ กิจกรรม เป็นต้น รวมไปถึงมีแผนรองรับเพื่อรับรองนักท่องเที่ยวที่ดี โดยมีขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว 7 ขั้นตอน ได้แก่ การจัดสรรพื้นที่ การกำหนดโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การประเมินขีด

ความสามารถ การสร้างการรับรู้ให้แก่ชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การสร้างการรับรู้ให้แก่ นักท่องเที่ยว และการของบประมาณสนับสนุนจากภาคส่วนต่างๆ

2. ศักยภาพการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่บริเวณภาคใต้ของประเทศไทย ล้อมรอบด้วยทะเลอันดามัน มีลักษณะ เป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย แต่เล็กที่สุดใน 14 จังหวัดภาคใต้ (ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์, 2545: 133) อยู่ห่างจากกรุงเทพ 862 กิโลเมตร มีพื้นที่ที่เป็นพื้นดิน 543 ตารางกิโลเมตร จังหวัด ภูเก็ตตั้งอยู่ทางชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทยในทะเลอันดามันและมหาสมุทรอินเดีย มีพื้นที่ ทั้งหมด 570 ตารางกิโลเมตร มีเกาะสำคัญโดยรอบ จำนวนทั้งสิ้น 32 เกาะ เช่น เกาะสิเหร่ เกาะ มะพร้าว เกาะตะเก้าน้อย เกาะโหลน เกาะแก้ว เกาะราชาใหญ่ เกาะนาคาเล็ก เกาะนาคาใหญ่ เกาะ เฮ เกาะไม้ท่อน เกาะบอน เกาะเขื่อนอก เกาะตะเกายใหญ่ เป็นต้น (ประสิทธิ์ ชินการณ และคณะ, 2529) ความยาวของเกาะภูเก็ตจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ยาวประมาณ 48.7 กิโลเมตร ความกว้างจากทิศ ตะวันออกถึงทิศตะวันตกกว้างประมาณ 21.3 กิโลเมตร ได้แบ่งการบริหารราชการส่วนภูมิภาค ออกเป็น 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองภูเก็ต อำเภอกะทู้ อำเภอถลาง (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน : OSM Andaman, 2564)

โดยจากการสำรวจศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต สามารถแบ่งตาม ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2565) ได้ดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ แหลมกะทิง หาดยะ น้อย หาดในหาน ผาพับผ้า หาดป่าตอง หาดราไวย์ หาดกะตะ หาดกะรน เกาะไม้ท่อน เกาะแก้วพิสดาร เกาะเฮ เกาะราชา หาดในหาน หาดในยาง หาดยะน้อย หาดกมลา หาดสุรินทร์

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ ภาษาไทยถิ่นภูเก็ต อาหาร ท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น การละเล่นลิเกป่า การแต่งกายยาหย่าบาบ๋า วัดพระนางสร้าง วัดบ้านเกาะสิ เเหร่ วัดไชยธาราราม (วัดฉลอง) วัดพระทอง (วัดพระผุด) พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและปรากฏการณ์สำคัญ ได้แก่ ประเพณีถือ ศีลกินผัก หรือ เจี๊ยะฉ่าย ประเพณีเดือน 3 หรือตรุษจีน ประเพณีไหว้เทวดา ประเพณีงานบุญเดือนสิบ ประเพณีงานท้าวเทพกษัตรี ท้าวศรีสุนทร ประเพณีพ้อต่อ ประเพณีปล่อยเต่า ประเพณีลอยเรือ ชาวเล เป็นต้น

4. ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภค ระบบGPSบอก ทาง อินเทอร์เน็ตเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทางชัดเจนและสะดวก ร้านสปา 150 แห่งและร้าน นวดเพื่อสุขภาพ 450 แห่ง มีสถานพยาบาลประเภทโรงพยาบาลรัฐจำนวน 3 แห่ง โรงพยาบาลเอกชน

จำนวน 3 แห่ง ยังทั้งมีสถาบันศัลยกรรมตกแต่งความงามภูเก็ต (PPSI) ที่ได้รับ Joint Commission International (JCI) มาตรฐานการยอมรับระดับสากลมีชื่อเสียงลำดับต้นๆของประเทศไทย จำนวน 1 แห่ง มีธุรกิจที่พักเชิงสุขภาพจำนวน 18 แห่ง และมีธุรกิจที่พักที่มีโปรแกรมฟื้นฟูร่างกายจำนวน 15 แห่ง เป็นต้น

5. ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม เช่น โปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพ (Retreat Program) ได้แก่ Detox Program, Stress & Burnout Recovery, Weight Management, Spa Revive, Transformative Wellness, Yoga, Thai Boxing ศึกษาเรียนรู้ฟาร์มกุ้งมังกรเจ็ดสี พายเรือคายัคชมป่าชายเลน เดินป่า สปาทรายร้อน เรียนรู้การทำอาหารพื้นเมืองภูเก็ต ศึกษาวิถีเกษตรพอเพียง ณ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติภูเก็ต ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจแบบพอเพียง ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมบ้านแซวน เรียนรู้การทำประมงพื้นบ้าน เป็นต้น

จากข้อมูลงานวิจัยของณารัตนา วีระกิจ ชัยนันต์ ไชยเสน พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม, (2562) และ พุทธพร อักษรไพโรจน์ (2563) สามารถนำมาวิเคราะห์ SWOT การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

- สถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เช่น โรงพยาบาล คลินิก โรงแรม รีสอร์ท และบริษัทที่เปิดให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่ในทำเลที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมระดับโลก มีชายหาดที่สวยงามมีความสงบและเป็นส่วนตัว และมีการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
- สถานประกอบการเชิงส่งเสริมสุขภาพมีบริการที่หลากหลาย เช่น ดีท็อกซ์ สปา โยคะ การนวดสมาธิ มวยไทย และมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ในภูมิภาค เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย เป็นต้น
- นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงการรับบริการต่าง ๆ ทั้งเชิงการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะการบริการเชิงการแพทย์ที่ได้รับมาตรฐานรับรองในระดับนานาชาติ ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยการดูแลผู้ป่วยระดับ มาตรฐานสากล Joint Commission International (JCI)
- สถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตมีความปลอดภัยและมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหลากหลายสาขา นอกจากนี้สถานพยาบาลมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความชำนาญสูงระดับ 1 ใน 3 ของประเทศไทยเกี่ยวกับศัลยกรรมความงาม เช่น การผ่าตัดแปลงเพศ การผ่าตัดทรวงอก แพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านชะลอวัย เป็นต้น

- สถานประกอบการบริการเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตมีโปรแกรมบริการที่หลากหลายและมีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ศัลยกรรมตกแต่ง ทรวงอก ชะลอวัย การตรวจ สุขภาพ ศัลยกรรมแปลงเพศ ทันตกรรม การตรวจวิเคราะห์และเสริมสร้างศักยภาพทางสมอง การตรวจสุขภาพทั่วไป และการรักษาโรคมะเร็ง
- สถานประกอบการบริการเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตมีบุคลากรสนับสนุนงานให้บริการทั่วไป และบุคลากรที่มีทักษะวิชาชีพเฉพาะ ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ประสบการณ์ ตระหนักถึงความสำคัญของ คุณภาพการให้บริการด้วยมิตรไมตรีแบบไทย และมีทัศนคติการให้บริการที่ดีอย่างมืออาชีพ
- สถานประกอบการบริการเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ เครื่องมือและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย โดยเฉพาะด้านการล้างพิษ และศัลยกรรมความงาม
- ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีนโยบายชัดเจนในการสนับสนุน ส่งเสริมการออกแบบ โปรแกรมและเชื่อมโยงการบริการเชิงสุขภาพ เพื่อยกระดับการบริการให้มีความแตกต่าง หลากหลาย และเพิ่มมูลค่าในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- บุคลากรมีความสามารถในการสื่อสารภาษาในระดับดี
- บริการมีความหลากหลายทำให้สามารถยืดหยุ่นตามความเหมาะสมเฉพาะบุคคลได้

จุดอ่อน (Weakness)

- บุคลากรที่ดูแลรับผิดชอบด้านการตลาดขององค์กรยังขาดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่งผลให้ขาดความมั่นใจ ขาดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งมีความแตกต่างและความสนใจที่หลากหลาย ขาดการดำเนินการด้านการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์การตลาดอย่างถูกต้อง
- การขาดแคลนบุคลากรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ในด้านทักษะการสื่อสาร ความรู้ ความเชี่ยวชาญในการประสานความเชื่อมโยงบริการเพื่อการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม
- ขาดการนำอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นมาเชื่อมโยงบริการส่งผลให้การแข่งขันในปัจจุบัน มุ่งเน้นไปที่ราคามากกว่าการออกแบบ พัฒนาโปรแกรมสุขภาพที่มีการเชื่อมโยงบริการระหว่างกลุ่มแบบองค์รวมที่มีอัตลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในอุตสาหกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพ

สามารถสรุปได้ว่า จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและปรากฏการณ์สำคัญ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม อีกทั้งมีจุดแข็ง

ในประเด็นของความหลากหลายของการบริการเชิงการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย ราคาเหมาะสมมีความคุ้มค่าในการใช้บริการด้านสุขภาพ โรงพยาบาลมีมาตรฐานสากล Joint Commission International (JCI) เป็นที่ยอมรับระดับนานาชาติ ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี และมีจุดอ่อน คือ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจสุขภาพและธุรกิจบริการอื่น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร โรงพยาบาล ศูนย์สุขภาพและความงาม เป็นต้น ขาดอัตลักษณ์ ขาดบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ

จากศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยทำให้ประเทศไทยได้ถูกประกาศให้เป็น Thailand Wellness Economic Corridor (TWC) เพื่อพัฒนาศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้เดินทางมายังประเทศไทย เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างรายได้และเพิ่มโอกาสการจ้างงาน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่เวทีโลก และเกิดความพร้อมต่อการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และ กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ทั้งนี้ ทำให้จังหวัดภูเก็ตได้รับโอกาสเป็นหนึ่งในพื้นที่เป้าหมายอันตามที่ผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการรักษาในกลุ่มโรคสลับซับซ้อน พันตกรรม ผ่าตัดแปลงเพศ สปา ในสถานพยาบาลรัฐและเอกชน ศูนย์กลางการประชุมและนิทรรศการนานาชาติ และศูนย์กลางบริการเวลเนสระดับโลก ซึ่งได้ระบุไว้ในแผนยุทธศาสตร์แนวทางการพัฒนาเขตระเบียงเศรษฐกิจเวลเนสอันดามัน (Andaman Wellness Corridor : AWC) ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต (พ.ศ.2566 - 2570) ในการพัฒนาศักยภาพในด้านบุคลากรและการจัดตั้งศูนย์และการยกระดับการบริการด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต อาทิเช่น การจัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาบุคลากรด้านการบริการทางการแพทย์มูลค่าสูง Wellness International Academy ด้านการแพทย์เพื่อการท่องเที่ยว (Medical Tourism Program) ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ SPA ระดับ World Class ด้านการดูแลผู้สูงวัยและเกษียณอายุ (Aging/Retired) และด้านการบริการด้านความงาม/การบำบัด (Plastic/Healing) ซึ่งความท้าทายของจังหวัดภูเก็ต คือ การเสริมสร้างขีดความสามารถของจังหวัดในการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวและเพื่อการพัฒนาเมืองให้เป็นศูนย์กลางการบริการทางการแพทย์มูลค่าสูง เชื่อมโยงการท่องเที่ยวนานาชาติ International Medical Hub World Class destination ที่เน้นเสริมสร้างความเข้มแข็งของการบริการทางการแพทย์มูลค่าสูงด้านความงาม ด้านศัลยกรรม พันตกรรม ตรวจสุขภาพ การฟื้นฟูสุขภาพ การจัดบริการสุขภาพเชื่อมโยงกับโรงแรม Medical and Wellness Health Center เพื่อสร้างรายได้ให้กับจังหวัดและใช้ศักยภาพจากทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านสุขภาพที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุด (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2565)

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านอื่นๆของจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตมีลักษณะเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย แต่ถ้านับเป็นจังหวัดแล้วมีขนาดเล็กที่สุดใน 14 จังหวัดภาคใต้ มีคนไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากซึ่งเป็นชาวจีนโพ้นทะเล เชื้อสายฮกเกี้ยนมาตั้งรกราก ทำเหมืองแร่ดีบุก ค้าขายจึงทำให้จังหวัดภูเก็ตมีการอยู่ร่วมกับแบบพหุวัฒนธรรม และได้้นำความเชื่อ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่สำคัญ ได้แก่ ประเพณีถือศีลกินผัก (เจียะฉ่าย) ประเพณีวันสารทเดือนสิบ เทศกาลไหว้พระจันทร์ เทศกาลตรุษจีน ประเพณีไหว้เทวดา มีอาหารท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ หมี่ผัดฮกเกี้ยน อาโป่ง อี๋วปิ้ง โอ๊ต้าว แกงตูมี้ ผลไม้ท้องถิ่น ได้แก่ สับปะรดภูเก็ต ผักท้องถิ่น ได้แก่ ผักเหมียง ผักลิ้นห่าน ผักกูด มีภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะที่โดดเด่น ได้แก่ ผ้าบาติก ผ้าปาเต๊ะ อาหารทะเลท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ กุ้งมังกรเจ็ดสี มีหาดที่มีชื่อเสียง ได้แก่ หาดป่าตอง หาดราไวย์ หาดกะตะ หาดกะรน มีที่พักขึ้นทะเบียน รวมทั้งสิ้น 2,500 แห่ง และที่พักที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเพื่อรับมาตรฐาน SHA Plus รวมทั้งสิ้น กว่า 700 แห่ง (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2565) โดยสามารถสรุปประเภทแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตได้ดังตารางด้านล่างนี้



ตาราง 2 แสดงประเภทแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆของจังหวัดภูเก็ต

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านธรรมชาติ		
ทะเลอันดามัน	ดำน้ำตื้น, ดำน้ำลึก, เจ็ตสกี, เซิร์ฟบอร์ด, เรือใบ, เรือยอร์ช ,พายเรือแคนู , พายเรือคายัค และการท่องเที่ยวชายหาดอื่นๆ เป็นต้น	ทะเลอันดามันเป็นทะเลเขตร้อนจึงเป็นทะเลที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตสูง และเป็นทะเลที่มีความสวยงามอย่างมาก เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่กลายเป็นจุดหมายปลายทางระดับโลกของคนจากทั่วทุกมุมโลก โดยมีจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวทะเลอันดามันของไทย
เกาะไม้ท่อน	ดำน้ำตื้น และดำน้ำลึก	ถูกขนานนามว่า “มัลดีฟส์แห่งเมืองไทย” เกาะส่วนตัวที่มีธรรมชาติสมบูรณ์ที่สุดของจังหวัดภูเก็ต และยังเป็น 1 ใน 10 เกาะที่ปะการังอุดมสมบูรณ์ที่สุดในประเทศไทย ความงามของท้องทะเลสีฟ้าใส หาดทรายขาวละเอียด และความสงบไม่พลุกพล่าน คือแรงดึงดูดและเป็นสวรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการผ่อนคลายไปกับธรรมชาติบริสุทธิ์
เกาะโหลน	ดำน้ำดูปะการัง, ล่องเรือ, ตกปลา, จับหมึกไวยวาย, เดินป่า, ชมศิลปวัฒนธรรม, การเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้าน, สปา และการทำผ้าบาติก เป็นต้น	เป็นเกาะที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีการจัดการพื้นที่ร่วมกันได้อย่างลงตัว มีความสวยงามของชายหาด และความเงียบสงบ รวมถึงเสน่ห์ของบ้านเรือนชาวบ้าน ที่ยังคงมีความเก๋าดั้งเดิมและมีเอกลักษณ์ โดยชาวบ้านส่วนใหญ่ของที่นี่ ยังคงประกอบอาชีพดั้งเดิม เช่น ประมง ทำสวนยางพารา และทำสวนมะพร้าว เป็นต้น

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
หาดป่าตอง	Nightlife, นอนอาบแดด, วายน้ำ, เจ็ทสกี, พาราซูด, บานาน่าโบ๊ต, เล่นเรือใบ, ซิม Street foods, นั่งช้าง, เดินป่า, ตกปลา, ซัฟของที่ระลึก	หาดป่าตองเป็นหาดที่สวยงามที่สุดในภูเก็ตและมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก นักท่องเที่ยวหลายคนมักนึกถึงหาดป่าตองเป็นแห่งแรก ความงามของป่าตองทำให้ผู้คนจากทั่วทุกสารทิศมุ่งมาเยือนหาดแห่งนี้ นอกจากเสน่ห์ของหาดทรายขาวและน้ำทะเลสีฟ้าใสแล้ว ป่าตองยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ถือได้ว่าเป็นศูนย์รวมของธุรกิจและความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ
หาดราไวย์	ปิกนิกริมทะเล ชมวิถีประมงพื้นบ้าน ชมวิวทะเล ทานอาหารทะเลสดๆ	หาดราไวย์เป็นหนึ่งในไม่กี่หาดที่ไม่มีร่มชายหาดและเตียงผ้าใบ มีเพียงแนวต้นสนที่ให้ร่มเงาริมหาด สามารถปูเสื่อปิกนิกริมหาดได้สะพานท่าเรือยื่นออกไปในทะเล ชัดเจน และเป็นแห่งรวมอาหารทะเลสดใหม่ในภูเก็ต มีร้านอาหารทะเลเลียบชายหาดตลอดสาย
หาดกมลา	ชมไขว้ภูเก็ตแฟนตาซี , อาบแดด วายน้ำ	เป็นหาดที่เงียบสงบ อยู่ในชุมชนมุสลิมดั้งเดิม และเป็นที่ตั้งของภูเก็ตแฟนตาซี และโรงแรมมากมาย
หาดกะตะ	Night Market, เล่นเซิร์ฟ, แพดเดิลบอร์ด , ปิกนิกริมทะเล ,จุดชมวิว 3 อ่าว	มีโรงเรียนสอนเล่น Surf โดยเฉพาะ และเป็นสถานที่เล่น Surf ที่มีชื่อเสียงที่สุดในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
หาดไม้ขาว	จุดชมวิวเครื่องบินขึ้นและลง , เล่นน้ำ , อาบแดด , เดินและพายคายัค ป่าชมพืชพรรณไม้ต่างๆ	ตำบลไม้ขาวมีพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติอุทยานแห่งชาติสิรินาถและที่ดินราชพัสดุ 4,208 ไร่ ป่าเขาไม้พอกและป่าเขาไม้แก้ว 4,444 ไร่ ป่าพรุ 605 ไร่ ป่าชายเลนคลองอู่ตะเภา มีพื้นที่ 1,556.25 ไร่ ดิตทะเลอันดามันชายฝั่งด้านตะวันออกของตำบลไม้ขาวเป็นพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติซึ่งมีลักษณะพิเศษ ประกอบไปด้วยพืชพรรณนานาชนิด และสัตว์นานาพันธุ์ดำรงชีวิตร่วมกัน ในสภาพแวดล้อมที่เป็นดินเลน น้ำกร่อยและมีน้ำทะเลท่วมถึงอยู่สม่ำเสมอและยังเป็นแหล่งผลิตอาหารและพลังงานที่สำคัญ พรรณไม้ป่าชายเลน และมีเต่ามะเฟืองเริ่มมาวางไข่ริมหาดทำให้แสดงให้เห็นว่าหาดไม้ขาวมีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์และเจียบสงบ
แหลมพรหมเทพ	ชมวิวพระอาทิตย์ขึ้น-ตกทะเล	เป็นจุดชมวิวพระอาทิตย์ตกทะเลที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย และแหลมพรหมเทพยังนับได้ว่ามีความสำคัญทางฮวงจุ้ยเพราะถ้ากางแผนที่ดูรูปพรรณสัณฐานของเกาะภูเก็ต ซึ่งชาวภูเก็ตส่วนใหญ่เชื่อว่ามึลักษณะคล้าย“พญามังกรทะเล”หรือ“ฮ้ายเหล็งอ่อง”สัตว์แห่งความสิริมงคล จะพบว่าแหลมพรหมเทพที่อยู่ทางตอนใต้สุดของเกาะเป็นส่วนของหัวมังกรคอยส่งตะวันให้กลับผืนฟ้า-แผ่นน้ำเป็นแห่งสุดท้ายในเมืองไทย

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
แหลมกระทิง	ชมวิวพระอาทิตย์ขึ้นและตกกลับทะเล ปิกนิก เดินผจญภัย	จุดชมวิวแห่งใหม่ของจังหวัดภูเก็ตที่มีลักษณะเป็นแหลมยื่นลงทะเล มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามมองเห็นทะเลสุดลูกหูลูกตา จุดเด่นเป็นแหลมที่มีก้อนหินและกอหญ้าก้อนกลม ลมพัดเย็นสบายตลอดปี
เขานาคเกิด	สักการะพระพุทธรูปมิ่งมงคลเอกนาคคีรี และชมวิวจังหวัดภูเก็ต	ยอดเขาที่สูงที่สุดในจังหวัดภูเก็ตบนเขานาคเกิดมีพระพุทธรูปปางมารวิชัยเป็นพระพุทธรูปที่ใหญ่ที่สุดของภูเก็ตได้สร้างเพื่อให้เป็น พระพุทธรูปประจำเมืองภูเก็ต นามว่า " พระพุทธรูปมิ่งมงคลเอกนาคคีรี" หน้าตักกว้าง 25.45 เมตร สูง 45 เมตร) เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล แด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช महाराज และพระมหา กษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี
เขารัง	ชมวิวเมืองภูเก็ต 360 องศา และหอเกียรติยศ 100 ปี	สวนสุขภาพและสวนสาธารณะใจกลางเมืองที่ร่มรื่นและเห็นวิวเมืองภูเก็ต เขารัง เดิมมีชื่อว่า “เขาหลัง” เนื่องจากอยู่ด้านหลังตัวเมืองภูเก็ต เปรียบเสมือนหลังบ้านของภูเก็ต และเขารังยังเป็นที่ตั้งของอนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี คอซิมบี้ ณ ระนอง ผู้สำเร็จราชการกรมมณฑลภูเก็ต

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นที่มนุษย์สร้างขึ้น		
วัดไชยธาราราม (วัดฉลอง)	สักการะหลวงพ่อแช่ม วัดฉลอง หรือ พระครูวิสุทธิวงศาจารย์ญาณมุนี	วัดคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดภูเก็ตเป็นวัดที่เก่าแก่และมีความเป็นมาอย่างยาวนาน ปรากฏอยู่ในบันทึกของรัชกาลที่ 3 โดยต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเปลี่ยนชื่อวัดฉลองเป็น "วัดไชยธาราราม" ในเมื่อครั้งที่ชาวภูเก็ตต้องต่อสู้กับกลุ่มกบฏอั้งยี่จนชนะในที่สุด และเมื่อรัชกาลที่ 5 ทรงทราบความ จึงโปรดเกล้าฯ พระราชทานสมณศักดิ์แก่หลวงพ่อแช่มเป็น พระครูวิสุทธิวงศาจารย์ญาณมุนี ให้มีตำแหน่งเป็นสังฆปาโมกข์แห่งเมืองภูเก็ต ซึ่งเป็นตำแหน่งสูงสุดในสมัยนั้น
ย่านเมืองเก่าชิโน-โปรตุกีส (ชิโนยูโรเปียน)	เยี่ยมชมตึกชิโนโปรตุกีส และเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชนเมืองเก่า	ตึกชิโน-โปรตุกีส (Sino-Portuguese) ซึ่งเป็นอาคารชั้นเดียวหรือสองชั้น มีส่วนเล็กมากกว่าส่วนกว้าง และไม่สูงนัก กระเบื้องหลังคา ตลอดจนประตูหน้าต่างไม้ฉลุลาย และรายละเอียดต่าง ๆ ล้วนสะท้อนถึงการผสมผสานทางศิลปะระหว่างยุโรปและจีน

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
มิวเซียมภูเก็ต	เยี่ยมชมเรียนรู้ประวัติศาสตร์ภูเก็ต เรียนรู้วิถีชุมชนและวัฒนธรรม ท้องถิ่น	มิวเซียมภูเก็ต ภูเก็ตนครา•เพอรานากัน นิทัศน์ เป็นแหล่งเรียนรู้ในรูปของ พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (Discovery Museum) ประเภทพิพิธภัณฑ์เมือง (City Museum) โดยนำเทคโนโลยี กลไกตั้งฉากผลึกโยกและกิจกรรม สร้างสรรค์ มาใช้เป็นสื่อเพื่อสร้าง ความน่าสนใจ กระตุ้นให้เกิดการ เรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ทั้งด้านวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ของชาว นคร ภูเก็ต อย่างมี ประสิทธิภาพและเป็นจุดเริ่มต้นของ การท่องเที่ยวเรียนรู้เมืองภูเก็ตของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ
พิพิธภัณฑ์ภูเก็ตไทยหัว	เยี่ยมชมเรียนรู้ประวัติศาสตร์ภูเก็ต เรียนรู้วิถีชุมชนและวัฒนธรรม ท้องถิ่น	สถานที่แห่งนี้เดิมเป็นโรงเรียนสอน ภาษาจีนแห่งแรกในจังหวัดภูเก็ต ซึ่ง ชาวจีนฮกเกี้ยนบรรพบุรุษชาวจีนรุ่น แรกที่อยู่อาศัยที่ภูเก็ตได้ร่วมกัน ตั้งขึ้น ตัวอาคารแบบชิโนโปรตุกีสที่ เห็นในปัจจุบันนี้สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2477 ปัจจุบันเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีการ จัดนิทรรศการ
อาหารท้องถิ่นภูเก็ต เช่น หมี่ ฮกเกี้ยน โอ้ดาว โลบะ โอเอ๋ว อา โป่ง เป็นต้น	ชิมอาหารท้องถิ่น และ Michelin Star ตามรอยประวัติศาสตร์	อาหารท้องถิ่นภูเก็ตได้รับอิทธิพลมา จากจีน ไทย และมลายู ส่งผลให้ อาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงทำให้ ได้รับการรับรองจาก UNESCO ให้ เป็น เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร “Phuket City of Gastronomy” แห่งแรกในประเทศไทย

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
ประเพณีถือศีลกินผัก	ร่วมขบวนแห่ ถือศีลกินผัก แต่งกายสีขาว สะเดาะห์เคราะห์ ชมอภินิหารต่างๆ เช่น ปีนบันไดมิด ลุยไฟ เป็นต้น	ปัจจุบันประเพณีเจี๊ยะฉ่าย (กินผัก) ของชาวภูเก็ตได้ปฏิบัติสืบทอดกันมาทุกปีนับเวลาได้หลายร้อยปีแล้วซึ่งถือว่าเป็นประเพณีอันดีงามของชาวภูเก็ตและเป็นที่รู้จักทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติอย่างแพร่หลาย นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาชมความเชื่อ ความศรัทธา และอภินิหาร จึงเป็นเทศกาลที่โด่งดังไปทั่วโลก
ไตรกีฬา Laguna	เข้าร่วมและรับชมการแข่งขันไตรกีฬา	เป็นการจัดไตรกีฬาในระดับโลกระหว่างความร่วมมือจาก Laguna Phuket และหน่วยงานรัฐและเอกชน ซึ่งงานนี้เป็นการแข่งไตรกีฬางานหนึ่งในประเทศไทยที่จัดแข่งต่อเนื่องกันมาเป็นปีที่ 25 และเป็นงานไตรกีฬาที่เก่าแก่ที่สุดในเอเชีย รวมถึงได้รับการจัดอันดับจาก Triathlete Magazine (USA) และ 220 Magazine (UK) ให้เป็นงานแข่งที่ควรไปแข่งสักครั้งในชีวิต ก่อนตาย (Places to race before you die)
งานแข่งรถ Toyota Gazoo Racing Motorsport	ประกวดแต่งรถ Hilux Revo Car Decoration และกิจกรรมแข่งรถรุ่นต่างๆ	เป็นการแข่งขันระดับโลกที่จัดขึ้นทุกปี ณ แหลมสะพานหิน เป็นสนามแข่งที่มีเอกลักษณ์ คือ ดิตทะเลสามารถมองเห็นวิวทะเล และที่ความร่มรื่น ผู้เข้าแข่งขันจะได้ จัดขึ้นโดยโตโยต้า กาซู เรซซิ่ง มอเตอร์สปอร์ต

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
Laguna Phuket Marathon	เข้าร่วมและชมการแข่งขัน	การแข่งขันวิ่งมาราธอนนานาชาติชั้นนำของเอเชียอาคเนย์ที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก Laguna Phuket Marathon งานวิ่งมาราธอน ลาภานา ภูเก็ต นับได้ว่าเป็นงานสำคัญประจำปีในปฏิทินกีฬาจังหวัดภูเก็ตและเป็นสนามแข่งขันที่ผู้เข้าร่วมจำนวนมากที่สุดในภูเก็ต
สนามกอล์ฟล็อก ปาล์ม (Loch Palm)	ตีกอล์ฟ และ เรียนคอร์สตีกอล์ฟที่มีที่พัก	มีหลักสูตรสำหรับเรียนการตีกอล์ฟที่โดดเด่น สนามมีทั้งหมด 9 หลุม จุดเด่น คือ Crystal Lake เนิน เขา ป่า และต้นปาล์มที่สวยงามกว่า 1,500 ต้น ร่มรื่น พร้อมรับลมเย็นที่พัดมาจากทะเลสาบขณะออกรอบเล่นกอล์ฟ
สนามกอล์ฟเรด เมาน์เทน (Red Mountain)	ตีกอล์ฟ	เปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในสนามกอล์ฟชั้นนำของเอเชียที่สนุกและท้าทายสำหรับนักกอล์ฟทุกระดับ ได้รับการปรับปรุงมาจากเหมืองแร่ดีบุกเก่าด้วยสิ่งกีดขวางตามธรรมชาติ หน้าผา หลุมลึก และร่องน้ำในบริเวณสนามกอล์ฟ ให้บรรยากาศการตีกอล์ฟที่แวดล้อมด้วยธรรมชาติหลากหลาย
บลูแคนยอน คันทรี คลับ	ตีกอล์ฟ และ เรียนคอร์สตีกอล์ฟที่มีที่พัก	เป็นสนามกอล์ฟบนเกาะที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร และใหม่ล่าสุดของที่นี่ เป็นสนามกอล์ฟขนาดย่อมที่สมบูรณ์แบบขนาด 9 หลุมที่คุณสามารถเล่นได้ถึงยามค่ำคืน ซึ่งเป็นสนามแห่งแรกและแห่งเดียวในภูเก็ต

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
งานเทศกาลอาหารพื้นเมืองภูเก็ต	ชิมอาหารท้องถิ่น ชมการแสดง พื้นบ้าน สาธิตการปรุงอาหาร พื้นเมืองภูเก็ต แกะสลักผักผลไม้	เป็นงานที่ได้รับความร่วมมือจากทุก ภาคส่วน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของ จังหวัดภูเก็ต โดยนำอัตลักษณ์ วัฒนธรรมด้านอาหารและการแต่ง กายพื้นเมืองภูเก็ตเป็นสื่อในการ นำเสนอสู่ตลาดท่องเที่ยวให้นักท่อง เที่ยวมีความมั่นใจในการบริโภค อาหารที่ปลอดภัยและสะอาด
ท่าเรืออ่าวฉลอง	ล่องเรือยอร์ชท่องเที่ยวไปยังเกาะ ต่างๆ ชมวิว และรับประทานอาหาร	ยอร์ชมารีน่าของรัฐ ความโดดเด่นของ อ่าวฉลองแห่งนี้เป็นที่เรืออันเป็นจุด จอดเรือรับส่งนักท่องเที่ยวที่ต้องการ เข้าไปเที่ยวเกาะต่าง ๆ รายรอบภูเก็ต เช่น เกาะเฮ เกาะราชา เป็นต้น
ภูเก็ตโบ๊ทลากูน (Phuket Boat Lagoon)	ล่องเรือยอร์ชท่องเที่ยวไปยังเกาะ ต่างๆ ชมวิว และรับประทานอาหาร	ยอร์ชมารีน่าแห่งแรกของจังหวัด ภูเก็ตและแห่งแรกในประเทศไทยมี บริการให้เช่าที่จอดเรือทั้งในน้ำ และ บนบก มีบริการซ่อมเรือและบริการที่ เกี่ยวกับเรือยอร์ชครบวงจรปัจจุบัน สามารถรองรับเรือได้ทั้ง Sailing Yacht, Catamaran, Motor Yacht, Yacht รองรับเรือจอดในน้ำได้ จำนวน 173 ลำ และมีบริการสิ่ง อำนวยความสะดวกอื่นๆ แก่ นัก ล่องเรืออีกด้วย

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
ภูเก็ตยอชท์เฮเวน (Phuket Yacht Haven)	ล่องเรือยอร์ชท่องเที่ยวไปยังเกาะต่างๆ ชมวิว รับประทานอาหาร มีที่พัก ร้านค้าShopping ร้านอาหาร	มารีนามีทัศนียภาพที่สวยงาม มารีนาดังอยู่ ณ แหลมพร้าว อ่าวพังงา ซึ่งเหมาะแก่การนำเรือเข้าจอดได้ตลอดทั้งปี ภูเก็ตยอชท์เฮเวนให้บริการตั้งแต่ปี 1997 สามารถรองรับเรือได้ประมาณ 320 ลำเป็นสมาชิกของ Marina Industry Association นั้นหมายถึงเป็นมารีนาที่มีมาตรฐานในทุกๆ ด้านเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ในส่วนของท่าเรือมีบริการพื้นฐานครบครัน เป็นยอชท์มารีน่าที่มีความพร้อมและเป็นที่ยอมรับของนักล่องเรือนานาชาติ
อ่าวปอแกรนด์มารีนา (Ao po Grand Marina)	ล่องเรือยอร์ชท่องเที่ยวไปยังเกาะต่างๆ ชมวิว รับประทานอาหาร มีที่พัก ร้านค้าShopping ร้านอาหาร	มารีน่าที่มีบริการครบครัน กับแนวคิดการบริการ ‘at home away from home’ อ่าวปอ แกรนด์ มารีนา เปิดบริการตั้งแต่ปี 2008สภาพแวดล้อมโดยรอบมีความเป็นธรรมชาติ มีศักยภาพสามารถรองรับเรือทุกขนาดไปจนถึงซูเปอร์ยอชท์ขนาดมากกว่า 100 เมตร มีพื้นที่จอดเรือได้ 300 ลำ บริเวณชุมชนใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งน้ำตก ไร่สับปะรด กระชังเลี้ยงปลา และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่น่าสนใจ

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว
รอยัลภูเก็ตมารีนา (Royal Phuket Marina)	ล่องเรือยอร์ชท่องเที่ยวไปยังเกาะต่างๆ ชมวิว รับประทานอาหาร มีที่พัก ร้านค้าShopping ร้านอาหาร	รอยัลภูเก็ตมารีนาเป็นมากกว่าท่าเทียบเรือ แต่ที่นี่เป็นแหล่งรวมไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางที่หลงใหลการล่องเรือยอร์ช ภายในโครงการมีบริการที่ครบวงจร ตั้งแต่ในส่วนของมารีนา ที่สามารถรองรับเรือได้ถึง 100 ลำ

ที่มา : สำนักงานจังหวัดภูเก็ต (2565)

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าจังหวัดภูเก็ตมีคุณลักษณะที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวมูลค่าสูงประเภทอื่นๆในจังหวัดภูเก็ตได้ อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) การท่องเที่ยวทางทะเล (Marine Tourism) เป็นต้น เพื่อให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4. การส่งเสริมการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา ในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นหรือชุมชน และใช้บริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

Coulter (2005) แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การตัดสินใจและการนำไปสู่เป้าหมายโดยตรงในการใช้ทรัพยากรและศักยภาพขององค์กรเพื่อสร้างโอกาสและป้องกันเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับองค์กร

เสรี วงษ์มณฑา (2547) ความหมาย “การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว” คือ กระบวนการพัฒนางานการสื่อสารการตลาดที่ต้องการใช้การสื่อสารเพื่อจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยมีมุ่งสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้า (Brand contacts) เพื่อกลุ่มผู้บริโภคได้รู้จักสินค้า

อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบพื้นฐานของส่วนประสมทางการตลาดพื้นฐาน (4Ps) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย

(place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) นอกจากนี้ จุฬารัตน (2554) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุค ยุคการสื่อสารแบบไร้พรมแดน (Digital Age) ซึ่งเป็นยุคของการสื่อสารที่มุ่งสร้างลูกค้าสัมพันธ์ หรือ Customer Relationship Management (CRM) มากขึ้น เนื่องจากต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่แพงกว่าต้นทุนที่ใช้ในการรักษาลูกค้าเก่า ดังนั้น ในยุคการสื่อสารแบบไร้พรมแดน (Digital Age) ผู้คนจึงเริ่มใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร และเริ่มสนใจในการการแบ่งปันข้อมูลในสังคมผ่านช่องทางออนไลน์กันมากขึ้น จึงเกิดเป็น Social Media ขึ้นในสังคม ทำให้ส่วนผสมทางการตลาดที่มองจากมุมมองของผู้ผลิตและเจ้าของสินค้าเปลี่ยนไป โดยส่วนประสมทางการตลาดในยุคการสื่อสารแบบไร้พรมแดน (Digital Age) จึงควรมีการเพิ่มองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. Personalization คือ การสามารถนำเสนอความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งในอดีตไม่สามารถทำได้ ทำให้ผู้ผลิตสามารถเรียนรู้จากผู้บริโภคได้ และผู้บริโภคเองก็มีทางเลือกมากขึ้น จากข้อเสนอที่น่าสนใจของผู้ผลิต

2. Participation คือ การให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยการแจกชุดทดลองให้ผู้บริโภคได้ใช้ เพื่อช่วยกันค้นหาจุดอ่อนของสินค้า แล้วแจ้งให้ผู้ผลิตทราบเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงสินค้าให้ดียิ่งขึ้น

3. Peer-to-Peer คือ การสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้า ผ่านทางการบอกกล่าวของบุคคลใกล้ชิด ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมากกว่าการโฆษณาชวนเชื่อ

4. Predictive Modelling คือ การเรียนรู้พฤติกรรมของตัวอย่างลึกซึ้ง เป็นการศึกษาเพื่อที่จะอ่านใจของผู้บริโภค เพื่อกำหนดสินค้าที่จะวางขายในอนาคต

Kotler, Bowen & Makens (2003) ได้กล่าวถึง การตลาดในธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการว่ามีความแตกต่างจากการตลาดทั่วไป ดังนั้น การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดจึงให้ความสำคัญเพิ่มเติมกับกระบวนการให้บริการ (process) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence) และบุคลากร (people) โดยองค์ประกอบดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งมอบสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 7Ps สรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 7 ด้าน (7Ps) (Kotler, 1997) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) กระบวนการให้บริการ (process) บุคลากร (people)

ซึ่งปัจจุบันได้มีการนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (10Ps) เพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมและใช้เป็นกลยุทธ์การท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) กระบวนการให้บริการ (process) บุคลากร (people) การจัดรวมแพคเกจสินค้าและ

บริการ (Packaging) การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Programming) การผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) คือ สิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) คือ สินค้าที่มีรูปร่าง มองเห็นและสามารถสัมผัสได้ เช่น เสื้อผ้า อาหาร รองเท้า รถยนต์ เป็นต้น และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการ ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่เสนอขายแก่ลูกค้า เป็นต้น

2. ราคา (price) เมื่อได้มีการพัฒนาสินค้าขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางการจัดจำหน่าย และวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินการต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับสินค้าที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากกลุ่มตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาดสากล กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือที่คู่แข่งนำมาใช้ได้ ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่น การลดราคา หรืออาจตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดีอาจใช้ผลทางจิตวิทยามาช่วยเสริมการตั้งราคา การตั้งราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงินสด ส่วนลดการค้า หรือส่วนลดปริมาณ เป็นต้น นอกจากนั้น ธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย ราคามูลค่าสินค้าในรูปแบบตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ดังนั้น ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของสินค้ากับราคาสินค้านั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์การตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ได้แก่ 1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของสินค้าว่าสูงกว่าราคานั้นหรือสินค้านั้น 2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง 3) การแข่งขันในตลาดคู่แข่ง และ 4) ปัจจัยอื่นๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) สำหรับการท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นคำที่ใช้อธิบายถึงสถานที่ตั้งเพื่อให้เกิดการขายแก่ลูกค้า ซึ่งสามารถเขาถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ (Bowie & Buttle, 2011)

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง กระบวนการทางด้านการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลชักจูงใจ หรือตอกย้ำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ รวมทั้งเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการ

เปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึกและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงเป็นการประสานงานของผู้ขายในการพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแจ้งข้อมูลและจูงใจในการขายสินค้าและบริการหรือส่งเสริมความคิด การส่งเสริมการตลาดถือเป็นหน้าที่หนึ่งของการตลาด เพื่อการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยข่าวสารอาจจะเป็นข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา หรือคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายก็ได้ (ฤดี เสริมชยุต, 2563) โดยมีวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

4.1 แจ้งข่าวสาร (Inform) เป็นการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ข่าวสารแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

4.2 จูงใจ (Motivate) เป็นการสื่อสารเพื่อชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท

4.3 เตือนความทรงจำ (Remind) เป็นการสื่อสารทางการตลาดเพื่อย้ำเตือนกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการจดจำในตรयीหือของสินค้าหรือบริการ

5. ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ รวมไปถึงสิ่งต่างๆ รอบตัวที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งถือเป็นการสร้างเอกลักษณ์ความโดดเด่นของธุรกิจเพื่อสร้างความประทับใจจากกายภาพรอบตัว ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ตัวอย่างเช่น สปาชั้นนำนอกจากจะเน้นคุณภาพของการบริการแล้วยังคำนึงถึงการตกแต่งสถานที่ตั้งแต่แสงไฟ อุณหภูมิ กลิ่น เสียงดนตรี คุณภาพของเสื้อผ้าตลอดจนเตียงหรือโซฟานวดที่จะสัมผัสผิวของผู้ใช้บริการ การแต่งกายของพนักงาน (กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2564: กรุงเทพมหานครออนไลน์)

6. กระบวนการให้บริการ (process) คือ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อบริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ กล่าวคือเป็นขั้นตอนในการบริการลูกค้าตั้งแต่ต้นจนจบเพื่อสร้างความประทับใจจนเกิดการเป็นความภักดีต่อธุรกิจและเกิดการซื้อซ้ำ (กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2564: กรุงเทพมหานครออนไลน์)

7. บุคลากร (people) คือหัวใจของการบริการ เพราะบุคลากรเป็นหน้าด่านในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ความรู้ความสามารถของบุคลากรจึงส่งผลโดยตรงกับธุรกิจบริการ โดยเฉพาะกับธุรกิจบริการบางประเภทที่บุคลากรกับสินค้า (Product) ต้องมีความสอดคล้องกันอย่าง ธุรกิจสปาหรือบางธุรกิจที่บุคลากรเป็นจุดสร้างความแตกต่างเพิ่มเติมนอกเหนือจากส่วนประสมทางการตลาด

อื่นๆ เช่น การบริการ สีหน้าท่าทาง บุคลิก การพูดจา น้ำเสียง ความเป็นมืออาชีพ ทักษะเพิ่มเติมใจ บริการของพนักงาน ตลอดจนความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหาของพนักงาน ดังนั้น ธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญกับการอบรม พัฒนาคุณภาพพนักงาน การควบคุมคุณภาพ และสมควรมีตัวชี้วัดเพื่อรักษามาตรฐานการบริการอยู่เสมอ (กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2564:กรุงเทพธุรกิจออนไลน์)

8. การจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ (Packaging) เป็นการรวมองค์ประกอบของการบริการและการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกันโดยเสนอราคาเดียวหรือการบริการแบบเหมารวมการเดินทางท่องเที่ยว (Bundling Travel and Tourism Service) ซึ่งจะสร้างความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและที่สำคัญก่อให้เกิดความแตกต่างในการแข่งขันโดยรวมถึงสามารถจัดการความต้องการและกำลังการผลิตการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพธุรกิจอาจใช้ความร่วมมือร่วมกับชุมชนหรือองค์กรอื่นๆ อย่างยั่งยืนเพื่อสนับสนุนความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ได้ (Pomering, Noble, & Johnson, 2011; Morrison, 1996; นิจกานต์ หนูอุไร, เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2557)

9. การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Programming) เป็นการพัฒนากิจกรรมพิเศษ (Special Activities) เหตุการณ์ (Events) หรือโปรแกรมที่ทำให้ลูกค้าจ่ายเงินเพิ่มมากขึ้นและเพิ่มความน่าสนใจในแพ็คเกจการท่องเที่ยวหรือการบริการ โดยส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปแบบของเหตุการณ์พิเศษ (Special Events) หรือเทศกาลที่สามารถเป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ (นิจกานต์ หนูอุไร, เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2557; Pomering, Noble, & Johnson, 2011; Tirca, Stanculescu, & Chis, 2009)

10. การผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership) คือ การผนึกกำลังความสัมพันธ์แบบร่วมมือกันโดยสมัครใจระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งที่เป็นภาครัฐและไม่ใช่ภาครัฐ โดยผู้เข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนทั้งหมดตกลงที่จะทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมหรือทำหน้าที่เฉพาะเพื่อร่วมแบ่งปันความเสี่ยงและความรับผิดชอบ ทรัพยากรและผลประโยชน์

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การริเริ่มทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวต้องเน้นย้ำถึงคุณค่าของความทรงจำ จะทำให้สามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ได้ง่าย และยังเป็นการเพิ่มมูลค่าผ่านโปรแกรมและกิจกรรมต่างๆ โดยความท้าทายหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การโน้มน้าวให้ผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าเชื่อว่าสินค้าและบริการที่ลูกค้าซื้อนั้นคุ้มค่าสมกับราคาและเป็นไปตามที่คาดหวัง ทั้งนี้ จากงานวิจัยของ ชนิตา เดชวิทยานุกัณฑ์ (2555) ได้มีการนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ดาน หรือ (7Ps) มาเป็นกลยุทธ์หลักในการบริหารจัดการธุรกิจสปาเพื่อการบริการสปาเพื่อสุขภาพ จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจะนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (10Ps) มาปรับใช้ในการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตและต่อยอดจากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่เคยมีผู้วิจัยศึกษามาก่อนแล้วเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและแสดงผลในมุมมองอื่นๆ เพิ่มเติมด้วย

5. ความหมายและประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

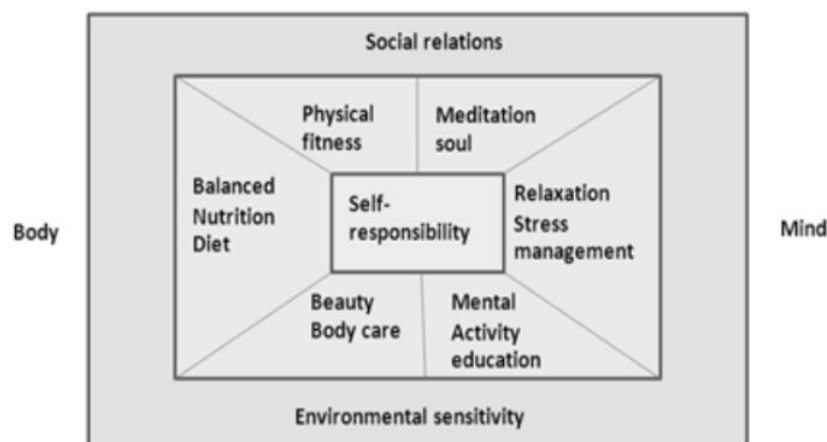
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (2012) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” หรือ “Wellness Tourism” เป็นการเดินทางท่องเที่ยว เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและหรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธีการนวด อบ ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่น ๆ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

Mueller and Kaufmann (2001) ได้ให้นิยามความของ “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” หรือ “Wellness Tourism” ไว้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) และเป็น การป้องกันไม่ใช้การรักษาความเจ็บป่วย โดยนักท่องเที่ยวจะมีแรงจูงใจในการป้องกันสุขภาพและส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี

Smith and Kelly (2006) ที่กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” หรือ “Wellness Tourism” เกี่ยวข้องกับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ ครอบคลุมถึงการมีสุขภาพดีและการมีความสุข

Global Wellness Institute (2015) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ” หรือ “Wellness Tourism” คือ การเดินทางที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหา การบำรุงรักษา หรือการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล มีขอบเขตครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลและปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม โดยเป็นทางเลือกและความสนใจของผู้ใช้บริการที่จะเลือกใช้ บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังต่างประเทศ

Rodrigues et al., (2010) ได้ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” หรือ “Wellness Tourism” ไว้ว่าหมายถึง ความสมดุลระหว่างสภาวะของร่างกาย (Body) และจิตใจ (Mind) โดยบุคคลนั้นจะต้องเป็นผู้ดำเนินการหรือกระทำการต่างๆ เพื่อให้ตนเองสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมหรือสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีความสุข ภายใต้องค์ประกอบพื้นฐานได้แก่ Physical Fitness, Beauty Care, Health Nutrition, Relaxation, Meditation Soul และ Mental Activity ตามภาพดังนี้



ภาพ 3 องค์ประกอบของ Wellness ของ Nahrstedt (2004)

ที่มา: Nahrstedt (2004) ศรีัญญา กันตะบุตร, นิตยา เจริญประเสริฐ (2562)

ณัฐพล ลีลาพัฒนานันท์, (2559) ได้ให้นิยาม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ไว้ว่าคือ การที่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการเชิงสุขภาพที่ช่วยฟื้นฟูร่างกายจากการเจ็บป่วยหรือทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวเนื่อง และส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะกลุ่มประเภทอื่นๆไม่ว่า จะเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ อาจมีวัตถุประสงค์รองของการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นได้

จากการศึกษานิยามและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) สามารถสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือ Wellness Tourism” หมายถึงการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและใช้บริการด้านสุขภาพเพื่อฟื้นฟูหรือป้องกันสุขภาพร่างกายและจิตใจ เช่น โยคะ ออกกำลังกาย นวด สปา บำบัด เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นได้

ประเภทและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางมีความสนใจหรือคาดหวังว่า จะได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพควบคู่ไปด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (กรมการท่องเที่ยว,2556) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) คือ การที่บุคคลเดินทางข้ามพรมแดนไปยังต่างประเทศเพื่อเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐาน เทียบเท่าหรือดีกว่าในประเทศที่ตนพำนักอาศัย ทั้งนี้บริการทางการแพทย์ ที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เลือกใช้อาจเป็นการตรวจสุขภาพ บริการเสริมความงาม ทันตกรรม หรือการรักษาพยาบาลเฉพาะทาง (Heung, Kucukusta and Song, 2010)

2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) คือ การเดินทางที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหา การบำรุงรักษา หรือการเสริมสร้าง สุขภาพที่ดีแก่บุคคล มีขอบเขตครอบคลุมถึงการ บริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลและปรับปรุง สุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม โดยเป็นทางเลือกและความสนใจของผู้ใช้บริการที่จะเลือก ใช้บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังต่างประเทศ (Global Wellness Institute, 2015)

ตาราง 3 ภาพรวมอุตสาหกรรม Wellness Industry

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism)	การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism)
ภายใน	ภายนอก
ให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ	การท่องเที่ยว
การแพทย์เชิงป้องกัน	สปา
ฟิตเนส	ธุรกิจความงามและการชะลอวัย
อาหารเสริม	ฟื้นฟูกายและจิตใจ
รักษาโรค	

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2556) และ Global Wellness Institute (2015)

จูไรต์นั ฉิมพาลี (2563) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Heath-Healing Tourism) โดยการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทมีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวม หรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพ

มาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การบริการสวดมนต์บำบัด (Aroma Therapy) และวารีบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษี ดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และอื่นๆ โดยทั่วไปจึงมักนิยมการเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม โดยจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วย และเลือกพักแรมในสถานที่พักตากอากาศประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีศูนย์สุขภาพหรือศูนย์กีฬาให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่มีมาตรฐานคุณภาพอย่างแท้จริง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักแรมนั้นๆ จัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการให้บริการดังกล่าว แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการนิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก และมีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไปในตัวอีกด้วย

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Heath Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพการรักษา พยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่นๆ เป็นต้น โดยทั่วไปจึงมักมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บรรจุโปรแกรมการเข้ารับบริการบำบัดรักษาโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพต่างๆที่หลากหลาย เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่ง ประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยได้มีการจัดโปรแกรมการทัวร์ที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างกันและหลากหลายสามารถแบ่งออกเป็น 7 รูปแบบ (ชนิดา ทวีศรี, 2551) ดังนี้

1. ทัวร์แพทย์แผนไทย เยี่ยมชมวัดโพธิ์ที่มีประวัติความเป็นมาที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ซึ่งได้รับยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย รับฟังการบรรยายสรุปและชมการสาธิตการนวดไทยแผนโบราณเพื่อการรักษาโรคและการส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนเรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณจากผู้ที่มีความสามารถ เปรียบเทียบวิธีการนวดแผนโบราณของประเทศไทยกับการนวดของประเทศอื่นๆของโลก

2. ทวีร์อาหารสมุนไพร เยี่ยมชมศูนย์เกษตรสมุนไพร สวนพฤกษศาสตร์ สมุนไพร

และศึกษาเรียนรู้ความมหัศจรรย์แห่งภูมิปัญญาไทยที่สร้างสรรค์วงจรวัฒนธรรม ทางด้านอาหารสมุนไพรไร้พิษที่มีแคลอรีต่ำและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มี ประโยชน์ต่อสุขภาพ การนวดแพทย์แผนไทย และอบสมุนไพรเพื่อบำบัดรักษาโรคและบำรุงรักษาสุขภาพ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา / ฝึกโยคะ / ฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน และชมการสาธิตกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

3. ทวีร์สมุนไพรชนบท เยี่ยมชมทัศนศึกษาการปฏิบัติงานของกลุ่ม ชมรม สมาคม และ

ผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยัง อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และหมอพื้นบ้านโดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพร ในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยายสรรพคุณ รวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหมอพื้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่ม ชมรมหรือ สมาคมสมุนไพร

4. ทวีร์เกษตรธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตร

ทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริและการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ ด้วยการฝึกฝนวิธีการ ปลูกผักพื้นบ้านสำหรับบริโภคได้เอง การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่ ไร้ปุ๋ย ไร้ยาฆ่าแมลง โดยมีการทัศนศึกษาและพบปะสนทนาและพูดคุย กับนักวิชาการพื้นบ้านเกษตรกรรม ไทย

5. ทวีร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมทัศนศึกษาแหล่ง น้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ที่มีอยู่

ในหลายจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย และพักในโรงแรมและรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้ สถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่ เพื่อบำบัดสุขภาพ โดยมีการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่ง ท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม ในจังหวัดอันเป็นที่ตั้งของน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ นั้น

6. ทวีร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา เยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติอันสวยงามสดดงาม

และสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธศาสนา เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลาง สภาพธรรมชาติที่ร่มรื่นงดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่า ธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อ การคลาย เครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออก

7. ทวีร์แหล่งธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติและเรียนรู้ความหลากหลายทาง

ชีวภาพที่สวยงาม โดยการเดินทางป่าสมุนไพรหรือขี่จักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติและความ หลากหลายทาง ชีวภาพในอุทยานแห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่าง หลากหลายในสถานที่พักผ่อนประเภทโรงแรมและรีสอร์ทที่มีสถานบริการส่งเสริมสุขภาพแบบสปาให้ เลือกใช้บริการได้

สามารถสรุปได้ว่าเมื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทำให้สามารถวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของจังหวัดภูเก็ตได้ดังนี้

ตาราง 4 แสดงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

พื้นที่แบ่งตามอำเภอ	ทัวร์แพทย์แผนไทย	ทัวร์อาหารสมุนไพร	ทัวร์สมุนไพรชนบท	ทัวร์เกษตรธรรมชาติ	ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่	ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา	ทัวร์แหล่งธรรมชาติ
อำเภอเมือง	✓	✓		✓		✓	✓
อำเภอถลาง	✓	✓	✓	✓		✓	✓
อำเภอกะทู้	✓	✓				✓	✓

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก ชนิตา ทวีศรี, (2551) พิษณุภรณ์ ภูมิอนันท์ และ ณริญา วีระกิจ (2561)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อรักษา และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อป้องกันและผ่อนคลายทั้งกายและจิตใจ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยนั้น เมื่อนำมาวิเคราะห์กับแหล่งท่องเที่ยวพบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ทัวร์แหล่งธรรมชาติ ทัวร์เกษตรธรรมชาติ ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา ทัวร์แพทย์แผนไทย ทัวร์อาหารสมุนไพร ทัวร์สมุนไพรชนบท แต่ไม่เหมาะสมกับทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตไม่มีทรัพยากรประเภทน้ำพุร้อน

6. องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบไปด้วย 6 ด้าน (จุไรรัตน์ ฉิมพาลี, 2563) ประกอบไปด้วย

1. **นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourists)** คือ ผู้ที่ต้องการจะบริโภคสินค้าหรือบริการ จากการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (ชยาภรณ์ อีระเวชพลกุล และ ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย, 2561: 87)

2. **ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism Resource)** เป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว ซึ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวหรือมาเยือน ณ จุดหมายปลายทาง และเกี่ยวข้องกับสภาพจิตใจ โดยตรงของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

2.1 **แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือนเพื่อทำ กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทางธรรมชาติ เช่น น้ำพุร้อน ป่าไม้ ทะเล หาดทราย เป็นต้น 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ร้านสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ศูนย์สุขภาพและความงาม สถานพยาบาล สวนสาธารณะ ฟิตเนส เป็นต้น 3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบผสมผสาน เช่น โรงแรมและรีสอร์ทที่มีสปาพร้อมโปรแกรมการฟื้นฟูสุขภาพและความงาม ศูนย์ดูแลสุขภาพแบบองค์รวม เป็นต้น

2.2 **กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** เช่น การทำสปา การอาบน้ำแร่ การนวดแบบต่างๆ ออกกำลังกาย โยคะ เรียนรู้การทำอาหารเพื่อสุขภาพ ธรรมชาติบำบัด โภชนาการบำบัด และฝึกการทำสมาธิ เป็นต้น

3. **สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism Facilities)** เป็นสิ่งที่แสดงถึงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสนับสนุนให้จุดหมายปลายทางมีความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

3.1 **ที่พักแรมเพื่อสุขภาพ** ได้แก่ โรงแรมและรีสอร์ทที่มีสปาพร้อมโปรแกรมการฟื้นฟูสุขภาพและความงาม (Hotel with Spa and wellness function)

3.2 **อาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ** ได้แก่ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ร้านคาเฟ่เพื่อสุขภาพ สวนผักปลอดสารพิษ สถาบันสอนทำอาหาร นักโภชนาการ

3.3 **บริการสนับสนุนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** ได้แก่ สปา ศูนย์สุขภาพและความงาม สถาบันการศึกษา ห้างสรรพสินค้า ศูนย์ปฏิบัติธรรม ฟิตเนส บริษัทนำเที่ยว สถานพยาบาล เป็นต้น

3.4 **โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** ได้แก่ ระบบสาธารณประโยชน์ (Life-Support System) การประสานงาน (Coordinated Approach) การดูแลสุขภาพอนามัย (Health – care facilities) การเข้าถึง (Accessibilities) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ระบบการศึกษา (Education System) พลังงาน (Power) น้ำ (Water) เป็นต้น

4. การขนส่ง (Transportation) สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การขนส่งทางบก การขนส่งทางอากาศ และการขนส่งทางน้ำ

5. องค์การการท่องเที่ยว (Tourism Organizations) คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยตรงและทางอ้อม ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย ผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ สมาคมสปาเพื่อสุขภาพ สมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ หอการค้าจังหวัด ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว สมาคมธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น รวมถึงภาคชุมชนและภาควิชาการในท้องถิ่นที่ตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยว

6. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อาจเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางส่งเสริมการตลาด ได้แก่ สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ศูนย์บริการข่าวสาร โครงการท่องเที่ยวพิเศษหรือแคมเปญพิเศษ และการจัดโปรโมชั่นต่างๆ

Dickman (1996) เสนอว่า สถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบพื้นฐาน (5As) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) ความสะดวกในการเดินทาง (Access) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การบริการที่พัก (Accommodation) และ 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

อย่างไรก็ตาม ในการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังได้มีการนำเครื่องมือทางการตลาดมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกด้วย โดยมีนารากฐานของทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5As) ของ Dickman (1997) ที่ประกอบไปด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การบริการที่พัก (Accommodation) และ 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) มาพัฒนาต่อเป็นทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว (10 As) (เสรี วงษ์มณฑา, 2565) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวได้ครบทุกมิติมากขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วย

1. สถานที่ท่องเที่ยว (Attractions) คือ สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ นั้นๆ

2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ การเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Destination) และ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) มีความสะดวกสบายและหลากหลาย เช่น ทางน้ำ ทางบก ทางอากาศ

3. ที่พัก (Accommodation) คือ สถานที่พักพิงระหว่างการเดินทางเพื่อความสะดวกสบาย พร้อมทั้งมีความหลากหลายทางด้านราคาและบริการที่เหมาะสม

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ กิจกรรมทางกีฬา กิจกรรมผจญภัย กิจกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมเชิงสุขภาพ กิจกรรมทางวัฒนธรรม และอื่นๆ

5. **บริการเสริม (Ancillaries)** คือ การบริการเพิ่มเติมภายในท้องถิ่นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น สปา ร้านอาหาร อุปกรณ์ คลินิก เป็นต้น

6. **บรรยากาศ (Atmosphere)** คือ สิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพ ความสะดวก ปลอดภัย ความสวยงาม ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส

7. **การเข้าถึงบริการ (Availability)** คือ การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวตามความจุของพื้นที่ ระบบการบริหารจัดการ ช่องทาง โลจิสติกส์

8. **การต้อนรับ (Amiability)** คือ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี และการดูแลที่เป็นมิตรต่อผู้มาเยือน การบริการแบบไทย (Thainess)

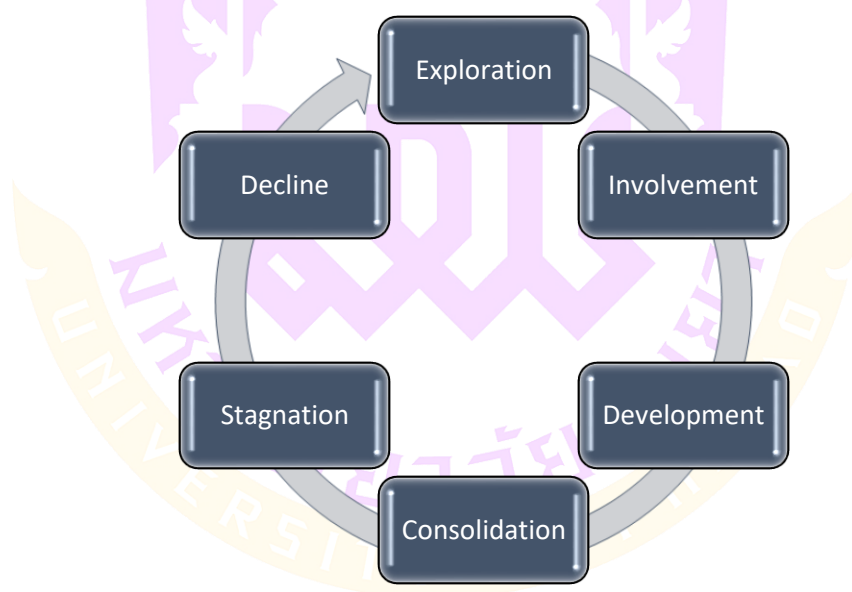
9. **สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)** คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภคน้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงาน ไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

10. **อำนาจ (Authority)** คือ การบริการประชาชน และนโยบายพัฒนาและส่งเสริม

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourists) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism Resource) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism Facilities) การขนส่ง (Transportation) องค์กรการท่องเที่ยว (Tourism Organizations) และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากองค์ประกอบ 6 ด้านข้างต้นนี้ ยังมีทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว (10As) ที่สามารถนำมาใช้ในการศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตเพิ่มเติมให้มีประสิทธิภาพครบในทุกมิติมากขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วย สถานที่ท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) ที่พัก (Accommodation) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) บริการเสริม (Ancillaries) บรรยากาศ (Atmosphere) การเข้าถึงบริการ (Availability) การต้อนรับ (Amiability) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และอำนาจ (Authority)

7. การจัดการจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวงจรชีวิตของพื้นที่ท่องเที่ยว (Tourism Area Life Cycle)

Butler (1980) ได้กล่าวถึง วงจรชีวิตของพื้นที่ท่องเที่ยว (Tourism Area Life Cycle) ไว้ว่า การท่องเที่ยวมีวิวัฒนาการเริ่มแรกจากแหล่งท่องเที่ยวถูกค้นพบโดยนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมชอบแสวงหาและชื่นชอบการผจญภัย ระยะต่อมาประสบกับสภาวะการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจากการท่องเที่ยวส่งผลให้การมวลชนเริ่มเข้ามา เมื่อระยะผ่านไปจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นจะค่อยๆ ลดน้อยลง จนกระทั่งพบกับภาวะชะงักงัน และในที่สุดแหล่งท่องเที่ยวก็จะเข้าสู่วงจรแห่งความเสื่อม ลดความนิยมลง จนเข้าสู่ภาวะที่ไม่สามารถฟื้นคืนสู่ความนิยมอีกครั้ง จึงจำเป็นต้องอาศัยการเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใหม่ให้การท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางนั้นฟื้นคืนสู่วงจรได้อีกครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ การสร้างหรือสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เป็นต้น โดยวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวจะสัมพันธ์กับลักษณะจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว และยังเป็นแนวคิดที่มีความคล้ายคลึงกับวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในทฤษฎีการตลาดอีกด้วย ซึ่งวงจรชีวิตของพื้นที่ท่องเที่ยว (Tourism Area Life Cycle) ประกอบไปด้วย 7 ระยะ ดังต่อไปนี้



ภาพ 4 วงจรชีวิตของพื้นที่ท่องเที่ยว (Tourism Area Life Cycle)

ที่มา: Butler (1980)

ระยะที่ 1 คือ การสำรวจ (Exploration) เป็นลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในปริมาณน้อยถึงน้อยมาก และผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังมีน้อย

มากทั้งในด้านธรรมชาติ สังคม สภาพแวดล้อมและเศรษฐกิจของจุดหมายปลายทางยังไม่ถูกเปลี่ยนแปลงจากภายนอก

ระยะที่ 2 คือ การมีส่วนร่วม (Involvement) เป็นลักษณะที่ชุมชนในพื้นที่เริ่มมีการตอบสนอง รับรู้ถึงโอกาสในการพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เริ่มมีการเสนอขายบริการพิเศษที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากการร่วมมือกันภายในชุมชน เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว เช่น ร้านขายของชำ ที่พักแบบโฮมสเตย์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น

ระยะที่ 3 คือ การพัฒนา (Development) มีลักษณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดการพัฒนาขึ้นได้อย่างรวดเร็วกลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ มีภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่ดีมีชื่อเสียง มีการเข้ามาของแรงงานต่างด้าว มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในปริมาณมาก มีระบบการขนส่งในพื้นที่ที่ดี สิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัย มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่เกิดขึ้น มีการลงทุนในธุรกิจที่ใหญ่ขึ้นและในพื้นที่เริ่มมีการลงทุนทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการโดยบุคคลภายนอกทั้งนายทุนภายในประเทศและต่างประเทศ

ระยะที่ 4 การควบรวม (Consolidation) มีลักษณะที่จุดหมายปลายทางเริ่มมีการลดลงของนักท่องเที่ยว แต่จำนวนของกิจกรรม แหล่งท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยวและบริการในจุดหมายปลายทางยังมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้คนในท้องถิ่นเริ่มมีความไม่ประทับใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ระยะที่ 5 การชบเซา (Stagnation) เป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวและการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆชบเซาลง เนื่องจากการเสื่อมถอยของแหล่งท่องเที่ยวและมีการรับนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่เกินขีดความสามารถของพื้นที่จะรับได้ จึงก่อให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมากมาย และเกิดปัญหากำลังการผลิตส่วนเกินทำให้เกิดสงครามราคาซึ่งนำไปสู่การเสื่อมสภาพของจุดหมายปลายทางต่อไปจนถูกมองว่ามีความล้าสมัย

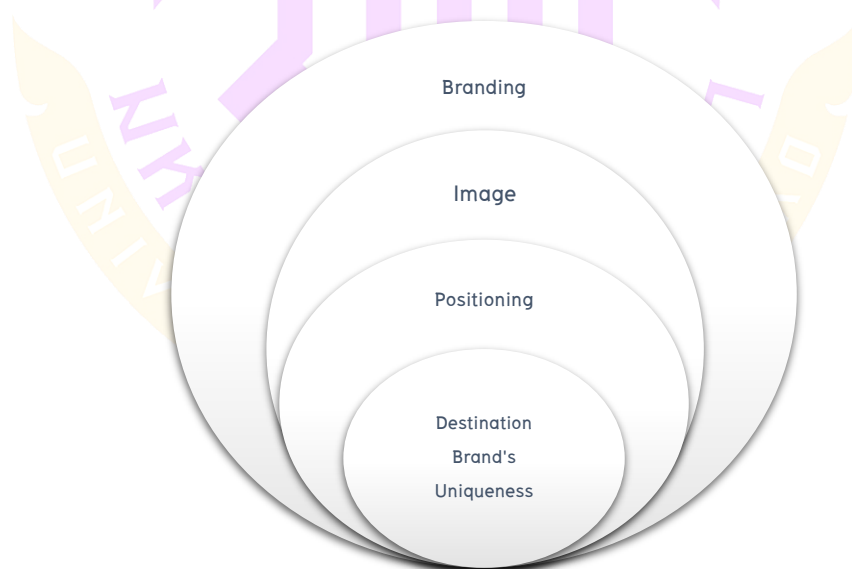
ระยะที่ 6 การเสื่อมถอย (Decline) มีลักษณะที่นักท่องเที่ยวประจำเดินทางมาท่องเที่ยวน้อยลงและไม่มีนักท่องเที่ยวรายใหม่เข้ามาท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ไม่มีการพัฒนาหรือฟื้นฟูกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เกิดความขัดแย้งในท้องถิ่น และมีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้น

ระยะที่ 7 การฟื้นตัว (Rejuvenation) มีการฟื้นฟู พัฒนากิจกรรม แหล่งท่องเที่ยวและบริการใหม่ๆเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว มีการดำเนินการฟื้นฟูผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทาง ซึ่งระยะนี้จะเป็นขั้นตอนของการทวนคืนความได้เปรียบที่สมบูรณ์ของจุดหมายปลายทางและสร้างจุดหมายปลายทางให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกถึงอัตลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครเมื่อมาท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ

ทั้งนี้ World Tourism Organization and European Travel Commission (2009) ได้สรุปกระบวนการสร้างตราเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้ 10 ขั้นตอน โดยองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาจุดหมายปลายทาง ประกอบไปด้วย 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Destination Audit) 2) การสร้างเครือข่าย (Partnership building) 3) วิสัยทัศน์ (Vision) 4) พันธกิจ (Mission) 5) นโยบายและปรัชญา (Policy and Philosophy) 6) การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) 7) การวิเคราะห์ทรัพยากร (Resource Analysis) 8) แผนการพัฒนา (Development planning) และ 9) แผนการตลาด (Marketing planning) 10) แผนการส่งเสริม (Promoting planning)

Arnold (2002) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า (Brand building strategy) หมายถึง กระบวนการหรือแนวทางในการจัดการตราสินค้า ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (Market analysis) การกำหนดตำแหน่งตราสินค้าในใจผู้บริโภค (Brand positioning) การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand identity) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้จดจำ และเกิดทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าโดยผ่านกระบวนการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคด้วยเครื่องมือสื่อสารประเภทต่างๆ (Brand communication) รวมไปถึงการบริหารโครงสร้างตราสินค้า (Brand architecture and portfolio management) ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกในการขับเคลื่อนธุรกิจและพร้อมสร้างโอกาสในการขยายตราสินค้า (Brand extension) ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม Blain et al. (2005) ได้ให้ความเห็นไว้ว่าสิ่งสำคัญในการสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้



ภาพ 5 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกำหนดตำแหน่งการสร้างแบรนด์และการสร้างแบรนด์ของจุดหมายปลายทาง (PIB: Positioning Image Branding)

ที่มา: Blain et al. (2005) เสรี วงษ์มณฑา (2565)

1. การค้นหาเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของจุดหมายปลายทางรวมถึงการสร้างชื่อสัญลักษณ์หรือรูปภาพ (Position)

2. นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีของจุดหมายปลายทาง (Image)

3. กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวพลัดเปลี่ยน ประทับใจ และระลึกถึงจุดหมายปลายทางเมื่อเดินทางกลับ และต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Brand)

โดยแนวคิดมีความสอดคล้องกับ แนวคิดของ Knapp (2000) ที่ได้เสนอแนวคิดการสร้างตราสินค้าผ่าน 5 ขั้นตอน จากอักษรย่อ D.R.E.A.M

ขั้นที่ 1 คือ การสร้างความแตกต่างของตราสินค้า (Differentiation)

ขั้นที่ 2 คือ การสร้างความเชื่อมโยงกับผู้บริโภค (Relevance)

ขั้นที่ 3 คือ การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค (Esteem)

ขั้นที่ 4 คือ การสร้างความตระหนักรู้ในสินค้า (Awareness)

ขั้นที่ 5 คือ การสร้างการจดจำ ภายในใจของผู้บริโภค (Mind's eye)

อีกทั้งยังมีความสอดคล้องใกล้เคียงตามแนวคิดของ Keller (2008) การสร้างการรู้จักตราสินค้า มีความสำคัญ 3 ประการ กล่าวคือ

1. การรู้จักตราสินค้า จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้และจดจำตราสินค้าได้ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคมีภาพลักษณ์ตราสินค้าในจิตใจจากการเชื่อมโยงตราสินค้ากับสิ่งต่างๆ ที่นักการตลาดได้วางกลยุทธ์ไว้

2. ตราสินค้าที่มีระดับของการรู้จักจากผู้บริโภคสูงมีแนวโน้มที่จะทำให้ตราสินค้านั้นเข้าไปอยู่ในชุดของตัวเลือก (consideration set) เมื่อผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้า

3. ตราสินค้าที่มีระดับของการรู้จักจากผู้บริโภคสูงมีข้อได้เปรียบเมื่อผู้บริโภคต้องทำการตัดสินใจเลือกตราสินค้าใดสินค้านึง ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อตราสินค้าที่เคยพบเห็นหรือได้ยินชื่อมาก่อน แม้ว่าผู้บริโภคจะไม่มีเชื่อมโยงใดๆ กับตราสินค้า (โสภาค พาณิชพาพิบูล, ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2558)

ทั้งนี้ ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาจุดหมายปลายทาง (เสรี วงษ์มณฑา, 2565) ประกอบไปด้วย

1. การสร้างการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นในการเป็นหุ้นส่วนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2. การวางแผนตามหลักธุรกิจเบื้องต้นที่สร้างแบ่งปันกันในชุมชน

3. การตั้งวัตถุประสงค์ระยะยาว เพื่อกำหนดเป้าหมายที่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวก ลดผลกระทบเชิงลบ ในชุมชน

4. มุ่งเน้นการสร้างโอกาสทางการตลาด

5. ยึดปฏิบัติตามหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

จากข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีเริ่มต้นจาก ยุคบุกเบิก ยุคเติบโตที่เป็นยุคที่นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักและมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จากหากความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (carrying capacity) ที่เกิดจากการพัฒนาสาธารณูปโภคและการให้บริการ มีไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวก็จะเริ่มชะลอตัวลง จากนั้นพื้นที่อาจเข้าสู่ช่วงตกต่ำหรืออาจสามารถฟื้นตัวกลับมาใหม่ขึ้นอยู่กับว่าพื้นที่นั้นๆ สามารถสร้างแรงดึงดูดใหม่ๆ ขึ้นมาได้หรือไม่ โดยปัจจัยความสำเร็จและองค์ประกอบสำคัญเหล่านี้จะสามารถพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวทั้งเก่าและใหม่ไปสู่ความสำเร็จในการเป็นเมืองจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชั้นนำที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับสูงได้

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ยังสามารถนำไปสู่การส่งเสริมผลักดันจังหวัดภูเก็ตสู่การเป็นจุดหมายปลายทางเมืองสุขภาพในอนาคตได้ โดยองค์การอนามัยโลก World Health Organization (WHO) ได้ให้นิยามของ “เมืองสุขภาพ” หรือ “Health City” ไว้ว่า “เมืองน่าอยู่ที่พัฒนาผู้อยู่อาศัยให้มีชีวิตที่ดีและสร้างความสุขทั้งกายและใจ” นอกจากนี้ เมืองสุขภาพ หรือ Healthy Cities ยังต้องมีคุณสมบัติมากมายที่เอื้อต่อการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนในเมืองนั้นๆ โดยเมืองสุขภาพที่ดีควรเป็นเมืองที่สะอาดและปลอดภัย รวมทั้งการเข้าถึง อาหาร น้ำ ที่พักอาศัย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการดูแลสุขภาพ ซึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองควรมีความหลากหลายและมีการนำนวัตกรรมมาร่วมใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเมือง โดยให้โอกาสในการทำงานและการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมทางสังคม ชุมชนควรมีส่วนร่วมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยเมืองนี้จะสนับสนุนการเชื่อมต่อและเปิดใช้งานการมีส่วนร่วมในกระบวนการสาธารณะ ซึ่งการสร้างความตระหนักถึงปัจจัยกำหนดสุขภาพและความจำเป็นในการทำงานบูรณาการร่วมกันระหว่างองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสมัครใจ (NGOs) และชุมชน วิธีการทำงานและการคิดนี้รวมถึงการให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ต้องมีความมุ่งมั่นทางการเมือง การพัฒนาองค์กร และการพัฒนาชุมชน โดยตระหนักดีว่ากระบวนการมีความสำคัญเท่ากับผลลัพธ์ แนวคิดเรื่อง Healthy Cities นั้นได้รับแรงบันดาลใจและสนับสนุนโดย WHO European Health สำหรับกลยุทธ์ทั้งหมดและเป้าหมาย Health21 ที่มีความสอดคล้องอย่างชัดเจนกับกรอบนโยบาย Health 2020 ของยุโรปและวาระ 2030 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้ World Health Organization (WHO) (2018) ได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์เมืองสุขภาพที่ดีไว้ดังนี้

1. มีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สะอาดและปลอดภัยได้มาตรฐาน (รวมทั้งบ้านเรือนได้มาตรฐาน)

2. ระบบนิเวศมีเสถียรภาพ มีความสมดุล และยั่งยืน
3. ชุมชนเข้มแข็ง ช่วยเหลือเกื้อกูล ไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน
4. ท้องถิ่นเปิดโอกาสประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างมากในการตัดสินใจที่ส่งผล

กระทบต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของประชาชน

5. ตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของคนทุกคน (อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย รายได้ ความปลอดภัย การมีงานทำ)

6. เปิดโอกาสให้เข้าถึงกิจกรรมและประสบการณ์หลากหลายที่ทำให้ผู้คนในชุมชนมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์ต่อกัน

7. ส่งเสริมเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตและขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม
8. ประชาชนมีความภูมิใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
9. มีระบบการสาธารณสุขและการดูแลสุขภาพอย่างเพียงพอและทั่วถึง
10. ประชาชนมีสถานะสุขภาพที่ดี (อัตราการเจ็บป่วยน้อย)

ซึ่งโครงสร้างเมืองสุขภาพดี ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ Healthy People (ตอบสนองความต้องการพื้นฐาน เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย การเดินทาง) Healthy Community (สร้างความสัมพันธ์ในชุมชน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน) และ Healthy Environment (สร้างพื้นที่สีเขียว เมืองปราศจากมลพิษสิ่งแวดล้อม) ทั้งนี้ แต่ละด้านมีตัวชี้วัดและเกณฑ์การวัดระดับพื้นฐาน ได้แก่ ระดับดี และระดับดีมาก (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2566)

ตาราง 5 แสดงเกณฑ์เมืองสุขภาพดี

Healthy Environments (7 ประเด็น 9 ตชว.)	Healthy Settings (7 ประเด็น 7 ตชว.)	Healthy People (4 ประเด็น 7 ตชว.)
1. นโยบายหรือแผนพัฒนาท้องถิ่น ด้านสิ่งแวดล้อม	1. บ้านพักอาศัย	1. การรวมกลุ่มทางสังคม
2. พื้นที่สาธารณะที่เอื้อต่อการมี สุขภาพดี	2. ตลาด	2. การส่งเสริมสุขภาพ
3. การจัดการมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล	3. ร้านอาหาร	3. การสร้างความรอบรู้ด้าน สุขภาพ
4. การจัดการน้ำบริโภค	4. ส้วมสาธารณะ	4. ประชาชนรอบรู้และ สุขภาพดีทุกกลุ่มวัย
5. การจัดการเรื่องร้องเรียน เหตุรำคาญ	5. ศาสนสถาน	
6. คุณภาพอากาศ	6. สถานพัฒนาเด็กปฐมวัย	
	7. สถานศึกษา	

ตาราง 5 (ต่อ)

Healthy Environments (7 ประเด็น 9 ตชว.)	Healthy Settings (7 ประเด็น 7 ตชว.)	Healthy People (4 ประเด็น 7 ตชว.)
7. สาธารณภัย		

ที่มา: กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2566)

แนวทางการวัดระดับเมืองสุขภาพดี

ระดับทองแดง ผ่านตัวชี้วัดระดับพื้นฐาน ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 (16 ข้อ จาก 19 ข้อ)

ระดับเงิน ผ่านตัวชี้วัดระดับดี ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 (16 ข้อ จาก 19 ข้อ)

ระดับทอง ผ่านตัวชี้วัด ระดับดีมาก ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 (19 ข้อ จาก 23 ข้อ)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมจังหวัดภูเก็ตให้กลายเป็นเมืองสุขภาพดีสามารถทำได้ โดยจะต้องยึดหลักแนวคิดที่ว่า “เมืองแห่งสุขภาพจะต้องใส่ใจในความเป็นอยู่ที่ดีทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคมของผู้คน และมีเป้าหมายที่จะสร้างสังคมที่เสมอภาคอย่างทั่วถึง” ซึ่งสามารถเริ่มต้นด้วยความมุ่งมั่นที่จะให้ผู้คนและสุขภาพเป็นศูนย์กลางของวาระการพัฒนาเมืองและสิ่งนี้ต้องการแนวทางแบบสหสาขาวิชาชีพซึ่งรวมถึงการวางแผนเมืองที่ดีซึ่งจะทำให้เอื้อต่อการพัฒนาเป็นเมืองสุขภาพที่สมบูรณ์แบบครบวงจรซึ่งต้องมีการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับด้านอื่นๆของจังหวัดภูเก็ตด้วย ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมศาสตร์ และการสาธารณสุข

ดังนั้น การจัดการจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเพื่อนำมาสู่ความสำเร็จสูงสุดในการจัดการจุดหมายปลายทางให้มีความยั่งยืนในระยะยาวได้

8. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ชวลนุช อุทยาน (2552) ได้ให้นิยามของคำว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” ไว้ว่า การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวทั้งรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม รวมถึงการกระทำที่บุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นถึงกระทำหรือไม่ก็ตาม โดยมีจุดประสงค์การแสดงออกเพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง ซึ่งประกอบไปด้วยพฤติกรรมที่เกิดจากปัจจัยภายนอกและภายในที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมแสดงออกมา ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นจาก 2 ประการ ดังนี้

1. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior)

หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส

2. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior)

หมายถึง การทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยทั่วไปแล้วพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็นภายนอกเป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้ Cohen (1979) ยังได้เสนอรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน

ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานเศรษฐกิจศึกษา Westvlaams (1986); Swarbrook & Horner (1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active Sea lovers) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ชอบในการท่องเที่ยวและทำกิจกรรมทางทะเล นิยมเที่ยวเกาะ ดำน้ำ และใช้ชีวิต Slow life

2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded holiday makers) มีจิตใจชอบติดต่อกับปะกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น

3. นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-Seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจใช้ชีวิต Slow life มากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ

5. นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรภาพใหม่ระหว่างการเดินทาง

6. **นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated)** เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว

7. **นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists)** ชอบเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

องค์ประกอบของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย องค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ (ชวลินช อุทยาน, 2552) มีดังนี้

1. **เป้าหมาย** หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นจากการมีเป้าหมายในการกระทำ อาทิเช่น นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงจะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่สะดวกสบาย หรรษา และมีคุณค่าทางจิตใจและอารมณ์ รวมทั้งเลือกซื้อบริการและสินค้าที่มีคุณภาพ

2. **ความพร้อม** หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ อาทิเช่น นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงต้องมีความพร้อมในด้านการเงินและข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการและการท่องเที่ยว ความปลอดภัย คุณภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก

3. **สถานการณ์** หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ อาทิเช่น นักท่องเที่ยวต้องมีความเข้าใจในสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่อาจเกิดจากปัจจัยภายนอกและภายในต่างๆอย่างมีเหตุและผล

4. **การแปลความหมาย** หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดสถานการณ์ต่างๆ อาทิเช่น การสื่อสารที่ชัดเจน การปฏิบัติตามสากลโลก

5. **การตอบสนอง** คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือก เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ อาทิเช่น นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พักเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. **ผลลัพธ์ที่ตามมา** คือ ผลจากการกระทำที่อาจเกิดผลตามที่คาดหวังไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อน จังหวัดภูเก็ต แต่มีเหตุการณ์ภัยทางธรรมชาติน้ำท่วมส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถมาท่องเที่ยว บรรลุผลตามที่คาดหวังไว้ได้

7. **ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง** คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไป เนื่องจากเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น

นักท่องเที่ยวศึกษาภาพสูงเดินทางมาท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางหนึ่งแต่ต้องพบว่าการบริการที่ไม่ประทับใจและไม่คุ้มค่าส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

กัลยกร วรกุลสถฐานี และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี โดยสามารถแยกได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายในและภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิด ความรู้สึกและการกระทำกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ(ผู้บริโภค) กับผู้ขาย(เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ สิ่งบ่งชี้หรือสิ่งที่บ่งบอกเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคลที่จะแสดงออกผ่านพฤติกรรมที่เกิดจากภายในและภายนอกกระตุ้นทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ การใช้บริการ การท่องเที่ยว ตามเป้าหมายหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถทำให้เกิดเป็นความรู้สึกต่างๆจนทำให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำหรือใช้บริการซ้ำ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1.) ปัจจัยภายใน และ 2.) ปัจจัยภายนอก (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 37) ดังนี้

1. ปัจจัยภายในที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่เกิดจากตัวนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวผลักดันของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในที่มีผลต่อ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 1.) แรงจูงใจ 2.) การรับรู้ 3.) การเรียนรู้ 4.) บุคลิกภาพ 5.) ทักษะ และ 6.) รูปแบบการดำเนินชีวิต (สุวิรัตน์ สอนศิริ, 2554, หน้า 96 – 114)

2. ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยภายนอกที่อยู่รอบๆตัวนักท่องเที่ยวอาจส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (สุวิรัตน์ สอนศิริ, 2554, หน้า 123-125)

นอกจากนี้ เสาวภา มีถาวรกุล (2545: 358-373) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัย 4 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้หรือสิ่งต่างๆที่ยึดถือ และถูกถ่ายทอดต่อไปจากคนรุ่นหนึ่ง ไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและถ่ายทอด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทาง วัฒนธรรมจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว และผู้บริหารการตลาดจำเป็นต้องให้ ความสนใจ เพื่อนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาด และ วัฒนธรรมนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม นักท่องเที่ยวทั้งด้านการแต่งกาย อาหาร ศาสนา รูปแบบการท่องเที่ยว ดังนั้น วัฒนธรรมจะ ประกอบด้วย วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย และชั้นทางสังคม ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะได้รับอิทธิพลจาก ปัจจัยด้านสังคม จะรวมถึงกลุ่มอ้างอิง เช่น ครอบครัว เพื่อน และสถานะบทบาททางสังคม เนื่องจาก ปัจจัยทางสังคมมีผลกระทบต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. ปัจจัยด้านส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้รับ อิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคล และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว อัน ได้แก่

3.1 อายุ (Age) ความแตกต่างของอายุจะทำให้มีความต้องการผลิตภัณฑ์ด้าน การท่องเที่ยวต่างกัน ในการพิจารณาอายุนั้น ได้มีการแบ่งกลุ่มอายุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม นักท่องเที่ยวที่ แตกต่างกัน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มเยาวชนเป็นกลุ่มที่มีอายุครอบคลุมอายุต่ำกว่า 14-25 ปีและ เป็นกลุ่มที่ชอบซื้อสินค้าด้วยตนเอง และกลุ่มที่นิยมการท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มที่นิยม ท่องเที่ยว และอยู่ในวัยเรียน และวัยเริ่มต้นของการทำงาน กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีความ พร้อมที่จะบริโภคสินค้า และ บริการมากกว่าตลาดวัยรุ่น และมักเป็นกลุ่มที่ถูกมองข้ามจากผู้ ให้บริการ เพราะเป็นกลุ่มเกษียณอายุ ไม่มีการเลี้ยงดูบุตร แต่มีเงินบำนาญเงินบำเหน็จหรือเงินสะสม

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความ ต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และมีพฤติกรรมการซื้อที่ แตกต่างกันรวมถึงขั้นตอนของวงจรชีวิตครอบครัวจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) กลุ่มบุคคลในแต่ละอาชีพจะมีผลต่อการซื้อสินค้า และบริการที่แตกต่างกัน

3.4 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (Economic Situation) นักท่องเที่ยว สามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามสถานภาพทางเศรษฐกิจ โดยสิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือก และ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

3.5 แบบการดำเนินชีวิต (Life Style) เป็นลักษณะการดำเนินชีวิตซึ่ง แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวซึ่งสามารถแบ่งออกได้ตามกิจกรรมความน่าสนใจ ความคิดเห็น และ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ถึงแม้ว่าบุคคลนั้นจะมาจากวัฒนธรรมย่อยชั้นสังคม หรืออาชีพเดียวกันก็ตาม

3.6 บุคลิกภาพและความคิดเห็นส่วนบุคคล (Personality and Self Concept) สำหรับบุคลิกภาพ ประกอบด้วย ทศนคติและอุปนิสัยของบุคคลซึ่งบุคลิกภาพ ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของแต่ละบุคคล และบุคลิกภาพจะพิจารณาจากความเชื่อมั่นในตนเอง ส่วนความคิดเห็นบุคคลประกอบด้วย 2 กรณี กล่าวคือ ความคิดที่บุคคลมองตัวเอง และความคิดที่บุคคลต้องการให้บุคคลอื่นมองตัวเอง

3.7 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบุคคลนอกจากจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาเช่นกัน ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ เป็นต้น

นอกจากนี้ กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวขึ้นตอนหรือกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดของสินค้าท่องเที่ยวที่เป็นสินค้าที่ไม่มีตัวตนให้สัมผัสก่อนตัดสินใจซื้อ และนักท่องเที่ยวเองก็มีความเสี่ยงในการซื้อสินค้าท่องเที่ยว โดยต้องจ่ายเงินไปเพื่อแลกกับความต้องการและความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ดี ซึ่งไม่สามารถจะคาดเดาหรือมั่นใจได้ว่าจะได้รับการตอบสนองได้ หรือไม่ไปในระดับใด จึงต้องใช้ความละเอียดรอบคอบในการตัดสินใจซื้อ ด้วยสาเหตุดังกล่าวนี้ ทำให้การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวค่อนข้างพิถีพิถัน และใช้เวลานานกว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอื่นๆ กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. จุดประกายฝัน (Dreaming) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ความต้องการนี้อาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยส่วนตัวหรือสิ่งที่เกิดจากตัวนักท่องเที่ยว ความเบื่อหน่าย ความเครียด ความต้องการพักผ่อน อยากหนีความวุ่นวาย ปัจจัยส่วนตัวนี้อาจเป็นประสบการณ์ในอดีต หรือเป็นปัจจัยภายนอก เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ คำบอกเล่าจากเพื่อน คนรู้จักรอบข้างหรือการกระตุ้นจากกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว

2. การหาข้อมูล (Information Searching) โดยปกตินักท่องเที่ยวมักจะหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเพราะจะคาดหวังว่าการหาข้อมูลจะช่วยให้การตัดสินใจซื้อได้ดีและง่ายขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้พบว่าข้อมูลที่หามาได้จะช่วยเพิ่มความมั่นใจ ลดความเสี่ยงโดย จะพิจารณาข้อมูล คัดเลือก และตัดตัวเลือกที่ไม่ดีออกไป และไม่จำเป็นต้องไปที่นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการ หากเกิดความสนใจและมีข้อมูลเพียงพออยู่แล้ว หรือพร้อมในขณะที่เกิดความต้องการ แต่หากไม่เป็นเช่นนั้นการหาข้อมูลเพิ่มเติมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งข้อมูลที่หาจะมากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่เดิม ความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการหาข้อมูล และข้อมูลที่ได้รับ (Kotler, P.,

Bowen, J., Makens, 2003) แบ่งแหล่งข้อมูลออกเป็น 3 แหล่ง ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก (Personal Sources) สื่อเชิงพาณิชย์ (Commercial Sources) สื่อสาธารณะ (Public Sources)

3. การวางแผน (Planning) หลังจากที่นักท่องเที่ยวหาข้อมูล ทำให้เกิดข้อมูลจำนวนมากและหลากหลาย เป็นข้อคำนึงหลายๆ อย่างของสินค้าและบริการ และเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ประเมินทางเลือก เช่น การเลือกใช้บริการธุรกิจจันทนาการก็จะมีข้อพิจารณาหรือข้อที่คำนึงในการประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) อาจเป็น ชื่อเสียง บริการ บรรยากาศ ราคา เป็นต้น ข้อคำนึงเหล่านี้มีหลากหลาย และนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีกลุ่มของข้อคำนึงเหล่านี้ไม่เหมือนกัน ความสำคัญของข้อคำนึงแต่ละตัวนั้นมักจะแตกต่างกัน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตน

4. จอง (Booking) ระหว่างขั้นตอนการเปรียบเทียบและการประเมินทางเลือกถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ยังมีความตั้งใจซื้อเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งทัศนคติของผู้ที่ใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องในการซื้อมักจะมาก่อน แต่ทั้งนี้รวมถึงความต้องการของตัวผู้ซื้อด้วย

5. ประสบการณ์ (Experiencing) การที่ผู้ซื้อเข้ารับบริการ ซึ่งการที่สินค้าหรือบริการถูกซื้อยังไม่ใช่ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจซื้อ หากแต่พฤติกรรมหลังซื้อ (Post Purchase Behavior) ยังเกิดขึ้นตามมา และขึ้นอยู่กับความรู้สึกที่ได้รับจากการใช้บริการแล้ว

6. แบ่งปันประสบการณ์ (Sharing) การนำประสบการณ์ความประทับใจหรือไม่ประทับใจไปแบ่งปันเล่าหรือรีวิวให้กับผู้อื่น

อย่างไรก็ตาม ณัฐพล ลีลาพัฒนานันท์, (2559) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ไว้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่นิยมกิจกรรมที่ทำให้สุขภาพดีขึ้นโดยการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการทางกายภาพ (Physical) จิตใจ (Mental) จิตวิญญาณ (Spiritual) อารมณ์ (Emotional) สิ่งแวดล้อม (Environmental) และสังคม (Social) โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพนิยมทำ ได้แก่ สปาเพื่อสุขภาพ โยคะ การทำสมาธิ การออกกำลังกาย อาหารเพื่อสุขภาพ และการตรวจสุขภาพ เป็นต้น จากงานวิจัยของ พิษณุภรณ์ ภูมิภินันท์ และ ณาธิญา วีระกิจ (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรก มีการวางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 สัปดาห์ และมีระยะเวลาในการพำนักในจังหวัดภูเก็ตไม่เกิน 1 สัปดาห์ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเดินทาง คือ บริษัททัวร์ และอินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่เดินทางมากับคู่รัก/สมรส โดยจัดการเดินทางเอง สำหรับบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การชะลอวัย และการบริการสปา นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเอง โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่ำกว่า 1,000 หยวน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวรรณ สุวรรณสิงห์ (2561) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย

ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง ด้วยตัวคนเดียว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจการบริการสวดมนต์บำบัด (Aroma Therapy) โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการเพื่อพักผ่อนและรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ในด้านของพฤติกรรมการใช้บริการงานวิจัยของ C9 Hotel works (2016) ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใช้บริการคัลยกรรมความงาม และบริการด้านการชะลอวัยต่อต้านริ้วรอย โดยพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต คือ บริการทางการแพทย์ ได้แก่ การชะลอวัย การตรวจสุขภาพทั่วไป และคัลยกรรมความงาม สำหรับบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้หรือสนใจใช้บริการ 3 อันดับแรก คือ การบริการสปา โยคะ และ อาหารเพื่อสุขภาพสำหรับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง

9. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ความหมายของแรงจูงใจ

Walters, (1978); Loundon and Bitta, (1988) กล่าวว่านิยามของ “แรงจูงใจ” คือ บางสิ่งบางอย่างหรือสถานะที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลนั้นต้องกระทำหรือเคลื่อนไหวหรือมีพฤติกรรมไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้ถูกกำหนดไว้

Lovell, (1980) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ

Domjan (1996) กล่าวว่านิยามของ “แรงจูงใจ” คือ การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลลงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

Dann (1981); Chon,(1989); Pearce,(1982;) Uysal& Hagan, (1993) ได้นิยามคำว่า “แรงจูงใจ”ไว้ว่า เป็นปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการทำให้เกิดการบรรลุเป้าหมายโดยรวม ที่รวมถึง สรีรวิทยา สังคมวิทยา ความต้องการและความจำเป็น และชีวภาพที่รวมถึงปัจจัยภายในและภายนอก

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544) ให้นิยามของคำว่า “แรงจูงใจนักท่องเที่ยว” ไว้ว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เห็นค่านิยมทางด้านพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถตอบสนองความพึงพอใจและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า “แรงจูงใจ” หมายถึง สิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกมาไม่ว่าจะเกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากการที่

นักท่องเที่ยวรับข่าวสารข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูลต่างๆและถูกกระตุ้นให้ออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ พร้อมกับแสวงหาประสบการณ์ใหม่ยังจุดหมายปลายทางใหม่

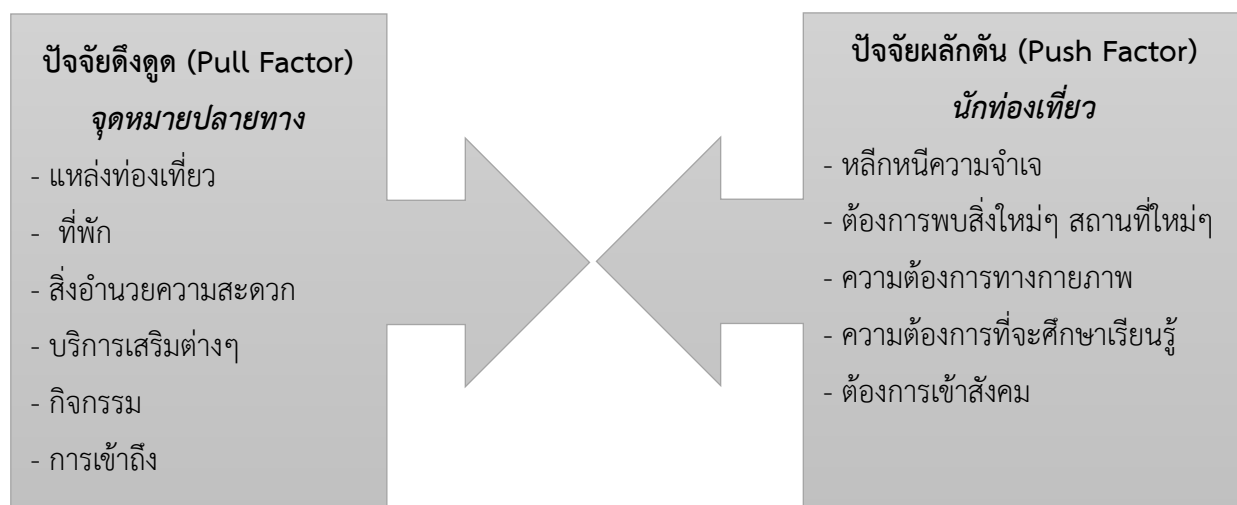
ลักษณะของแรงจูงใจ แรงจูงใจแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะดังนี้

1. แรงจูงใจภายใน (intrinsic motives) แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่างๆดังกล่าวนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวรเช่นคนงานที่เห็นองค์การคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัวเขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์การ และองค์การบางแห่งขาดทุนในการดำเนินการก็ไม่ได้จ่ายค่าตอบแทนที่ดีแต่ด้วยความผูกพันพนักงานก็ร่วมกันลดค่าใช้จ่ายและช่วยกันทำงานอย่างเต็มที่

2. แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motives) แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชมหรือยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวร บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้น

ทฤษฎีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูด (Push and Pull Motivation Theory)

ทฤษฎีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูด หรือที่เรียกว่า “Push and Pull Motivation Theory” เป็นทฤษฎีที่มีประสิทธิภาพซึ่งใช้เพื่ออธิบายแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะปัจจัยที่นักท่องเที่ยวถูกผลักดันและดึงดูดให้มาท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางนั้นๆ โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ ประกอบไปด้วย 2 ประการด้วยกัน ได้แก่ แรงผลักดันหรือแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง และในขณะที่จุดหมายปลายทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวมีบทบาทในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว (Balogu และ Uysal, 1996) โดยสามารถอธิบายได้จากภาพ ดังนี้



ภาพ 6 Push and Pull Motivation Theory

ที่มา: Crompton, (1979); Dann, (1977); Pearce, (1993); Uysal and Hagan, (1993); Uysal and Jurowski, (1994)

ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) หมายถึง ความปรารถนาที่จับต้องไม่ได้และแท้จริงของนักเดินทางแต่ละคน เช่น ความแปลกใหม่ที่หลีกหนี ความนับถือ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และปัจจัยทางกายภาพ ซึ่งปัจจัยผลักดันนี้ทำให้เกิดอุปสงค์ในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะ “ผลักดัน” นักท่องเที่ยวให้ออกเดินทาง

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) หมายถึง พลังที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางหรือเริ่มออกเดินทาง เรียกว่า แรงดึงดูด หรือ “พลังดึงดูด” (Cooper et al 1998) โดยปัจจัยดึงดูดเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวและเป็นลักษณะที่จับต้องได้ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก กิจกรรม รายได้ การศึกษา เพื่อน และญาติที่มาเยี่ยมเยียน ศาสนา ความเป็นเอกลักษณ์ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การลดราคาโรงแรมช่วงหน้าฝน เทศกาล งานสำคัญต่างๆ และการคมนาคม ล้วนแต่เป็นเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง (Uysal&Hagan,1993; Uysal& Jurowski, 1994)

Cooper et al (1998) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) คือ พลังที่กระตุ้นสร้างความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ปรารถนา ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือ พลังของจุดหมายปลายทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกตัดสินใจที่จะเดินทางมายังจุดหมายปลายทางหรือเริ่มเดินทาง

Uysal & Hagan (1993) และ Uysal & Jurowski, (1994) ได้กล่าวเพิ่มเติมไว้ว่า ปัจจัยผลักดัน (Push factors) หมายถึง ความต้องการที่แท้จริงและจับต้องไม่ได้ของผู้เดินทางแต่ละคน เช่น การท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงจากความแปลกใหม่ ความน่าเบื่อ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยดึงดูด (Pull factors) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวและเป็นลักษณะที่จับต้องได้ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก กิจกรรม รายได้ การศึกษา เยี่ยมเพื่อนและญาติ ศาสนา เอกลักษณ์ และการคมนาคมขนส่ง

ทฤษฎีมาสโลว์ ลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Needs)

Maslow's hierarchy of needs หรือ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ ถูกคิดค้นโดยนักจิตวิทยาชื่อ อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นแนวความคิดทางจิตวิทยา ที่ว่าด้วยเรื่องของมนุษย์ในการถูกกระตุ้นให้สนองความต้องการขั้นพื้นฐานในลำดับขั้น ก่อนที่จะพัฒนาความต้องการไปตามลำดับขั้นจากฐานปิระมิดสู่ยอดปิระมิด ซึ่งเริ่มจากความต้องการด้านกายภาพ (Physiological) ความปลอดภัย ความมั่นคง (Safety, Security) ความรัก หรือการเป็นเจ้าของ (Love, Sense of Belongings) ความเคารพ (Esteem) การบรรลุความหมายหรือความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-actualization) ดังภาพแสดงต่อไปนี้



ภาพ 7 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of Need)

ที่มา: Maslow, A. H. (1970)

1. **ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological)** คือ ข้อกำหนดทางชีววิทยาสำหรับการอยู่รอดของมนุษย์พื้นฐาน เช่น อากาศ อาหาร เครื่องดื่ม ที่พักอาศัย เสื้อผ้า ความอบอุ่น เพศ และการนอนหลับ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งแรกที่กระตุ้นพฤติกรรมของคน เมื่อบรรลุระดับนั้นแล้วระดับถัดไปคือสิ่งที่กระตุ้นเร้าและอื่น ๆ

2. **ความปลอดภัย ความมั่นคง (Safety, Security)** คือ ผู้คนมีความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต ซึ่งสิ่งนี้สามารถเติมเต็มได้โดยครอบครัวและสังคม (เช่น ตำรวจ โรงเรียน ธุรกิจ และการรักษาพยาบาล)

3. **ความรัก หรือการเป็นเจ้าของ (Love, Sense of Belongings)** คือ ความต้องการทางอารมณ์และความรักของมนุษย์สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความผูกพัน ความเชื่อมโยง และการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

4. **ความเคารพ (Esteem)** คือ ต้องการความเคารพ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบด้วยกัน ได้แก่ 1) ความภาคภูมิใจในตนเอง (ศักดิ์ศรี ความสำเร็จ ความเชี่ยวชาญ ความเป็นอิสระ) และ 2) ความปรารถนาที่จะมีชื่อเสียงหรือความเคารพจากผู้อื่น (เช่น สถานะ เกียรติยศ)

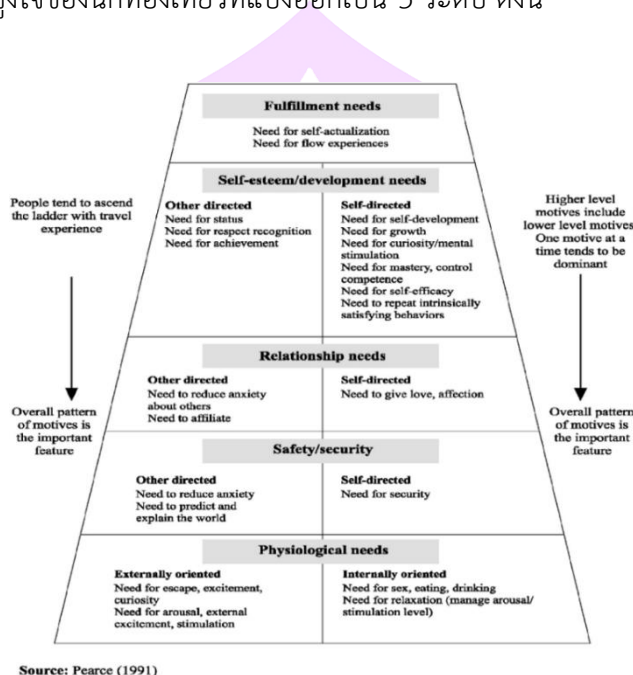
5. **การบรรลุความหมายหรือความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-actualization)** คือ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล การเติมเต็มตนเอง การแสวงหาการเติบโตส่วนบุคคล และประสบการณ์สูงสุด

ซึ่งทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of Need) เป็นพื้นฐานที่สำคัญที่นักจิตวิทยา นักสังคมวิทยา และนักคิดทั้งหลายได้นำมาประยุกต์ในการอธิบายทัศนคติ พฤติกรรม รวมถึงแรงจูงใจของมนุษย์ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยจะทำให้ทราบถึงกระบวนการคิด การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมอย่างมีเป้าหมาย โดยการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆด้วย (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550) ถึงแม้ว่าทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of Need) ได้รับการยอมรับว่าสามารถทำให้เข้าใจแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น แต่ก็ยังมีข้อจำกัด คือ ได้มองข้ามอิทธิพลของแรงจูงใจภายนอกที่สามารถมากระตุ้นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ ภัยพิบัติ ภูมิอากาศ เป็นต้น (รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558)

ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder: TCL)

ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder: TCL) Pearce and Caltabiano (1983) ; Moscardo and Pearce (1986) นั้น มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีแรงจูงใจลำดับ

ขั้นของมาสโลว์ ซึ่งสามารถนำมาใช้อธิบายใหม่ได้ว่า นักท่องเที่ยวมีลำดับขั้นของความต้องการหรือแรงจูงใจเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยแรงจูงใจหรือความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมักให้ลำดับความสำคัญกับประสบการณ์ในกิจกรรมมากกว่าสถานที่ ซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับทฤษฎีขั้นบันไดอาชีพอของการเดินทาง (The theory of travel career ที่ประกอบด้วยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้



ภาพ 8 ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder: TCL)

ที่มา: Pearce (1991)

1. **ความต้องการพักผ่อน (Relaxation Needs)** โดยใช้การท่องเที่ยวเพื่อหาความเป็นอิสระตาม พื้นฐานร่างกาย ได้แก่ ความต้องการให้ร่างกายได้พักผ่อน ทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น หรือการผ่อนคลาย อารมณ์แรงจูงใจในลำดับขั้นนี้เป็นลำดับขั้นของความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical Needs)

2. **แรงจูงใจเพื่อหาความปลอดภัยมั่นคง (Safety/Security Needs)** แรงจูงใจในขั้นนี้เกิดจากการ ที่บุคคลมีประสบการณ์ในการเดินทางเพิ่มขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย ซึ่งนักท่องเที่ยวจะการใช้การท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

3. **ความต้องการด้านความสัมพันธ์ (Relationship Needs)** โดยการใช้การท่องเที่ยวเพื่อ หาความรักและความเป็นเจ้าของ และสร้างสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่น โดยการเดินทาง

จะทำให้นักท่องเที่ยว ได้อยู่ร่วมหรือทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว กลุ่มเพื่อน สังคมที่เขาเป็นสมาชิกอยู่

4. ความต้องการความภาคภูมิใจและการพัฒนาตัวเอง (Self-esteem and Development Needs) นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพราะรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่จะทำให้เขาพัฒนา ตนเอง ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ หรือการเดินทางทำให้เขารู้สึกภาคภูมิใจในตัวเองจากการหาการยอมรับนับถือ จากบุคคลอื่น

5. ความต้องการความสำเร็จหรือการบรรลุความปรารถนาของตน (Self-actualization/fulfillment Needs) ความต้องการท่องเที่ยวในลำดับขั้นนี้เกิดจากแรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้บรรลุความใฝ่ฝัน หรือการเดินทางท่องเที่ยวทำให้รู้จักตนเองมากขึ้น ซึ่งแรงจูงใจในลำดับขั้นนี้จะเป็ลำดับขั้นสูงสุดที่นักท่องเที่ยวต้องการ ตามทฤษฎีนี้ นักท่องเที่ยวสามารถมีแรงจูงใจได้มากกว่าหนึ่งลำดับขั้น และเมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวมากขึ้น เขาก็จะมีลำดับขั้นของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นด้วย

ผู้วิจัยขอสรุปว่า แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบพื้นฐาน สำคัญด้านการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยทฤษฎีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูด (Push and Pull Motivation Theory) คือ ปัจจัยดึงดูด หรือ พลังดึงดูด (Pull Factors) และ ปัจจัยผลักดัน หรือ พลังผลัก (Push Factors) โดยพลังดึงดูดเป็นพลังที่เกิดจากจุดหมายปลายทางดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่เขานั้นมีกำลังมากกว่าพลังผลักที่เป็นสิ่งที่เกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถจับต้องไม่ได้ เนื่องจากปัจจัยผลักดันเป็นตัวจุดประกายพื้นฐานที่ทำให้คนตัดสินใจเดินทาง ในขณะที่ปัจจัยดึงดูดในฐานะแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพและพลังในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนจุดหมายปลายทางนั้นๆ ทฤษฎีมาสโลว์ ลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Needs) คือ แสดงถึงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ โดยสิ่งที่อยู่ล่างสุดคือ ความต้องการขั้นพื้นฐานมากที่สุด และลำดับที่สูงขึ้นจะเป็นความต้องการที่มีความซับซ้อนขึ้น จนถึงยอดของพีระมิด ความต้องการที่อยู่ด้านล่างจะต้องถูกเติมเต็มก่อนที่มนุษย์จะมีความสนใจความต้องการในขั้นถัดไป และทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder: TCL) คือ ลำดับขั้นของความต้องการหรือแรงจูงใจเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยแรงจูงใจหรือความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมักให้ลำดับความสำคัญกับประสบการณ์ในกิจกรรมมากกว่าสถานที่ ซึ่งทฤษฎีเหล่านี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมจุดหมายปลายทางเพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย

จากงานวิจัยของ อรสุรี มูลละ (2555) พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ

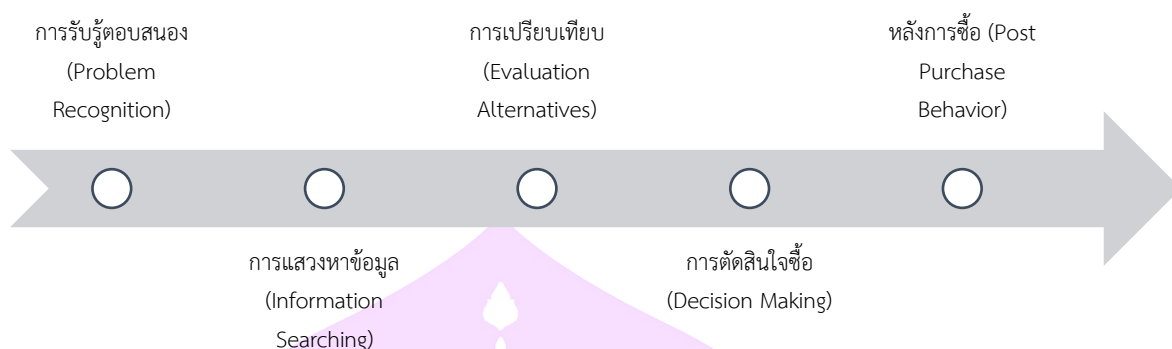
(ค่าเฉลี่ย = 3.59) และด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย = 3.48) มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล (ค่าเฉลี่ย = 3.12) และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย = 3.25) มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ งานวิจัยของ พิษณุภรณ์ ภูมิอนันต์ และ ณาธิญา วีระกิจ (2561) พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ธรรมชาติ การผ่อนคลายและการหลีกหนี และความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น นอกจากนี้ ปัจจัยด้านเพศ อายุ และประสบการณ์การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อระดับความสำคัญของปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีความสอดคล้องกันในด้านปัจจัยผลัก (Push Factors) ในงานวิจัยของ ปัทมพร อิมวิทยา และ ศรัณญา กันตะบุตร (2564) ที่พบว่า ปัจจัยผลัก (Push Factors) ที่สำคัญที่สุด คือ ต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจ และปัจจัยดึง (Pull Factors) ที่สำคัญที่สุดของผู้ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมนวดแผนไทยคือ สถานที่ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยดึงที่สำคัญที่สุดของผู้ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมสปา คือ สถานที่บริการมีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ถูกสุขอนามัย และปัจจัยดึงที่สำคัญที่สุดของผู้ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมนวดฝ่าเท้าคือ สินค้าและบริการมีราคาที่เหมาะสม

10. การตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

Schiffman and Kanuk (2007) ให้ความหมายของ การตัดสินใจซื้อ (Decision) ไว้ว่าเป็น การเลือกกิจกรรมจากสองทางเลือกขึ้นไป เมื่อบุคคลมีทางเลือกในการตัดสินใจระหว่างสองตราสินค้า บุคคลจะอยู่ในภาวะที่จะทำการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยมีลำดับกระบวนการ 5 ขั้นตอน ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ดังนี้



ภาพ 9 กระบวนการการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของผู้บริโภคของคอตเลอร์

ที่มา: Kotler (1997) และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541)

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition)

ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือ สภาพที่นักท่องเที่ยวรู้สึกดีกว่าตัวเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนา กับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของผู้บริโภคอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน ประสิทธิภาพของการส่งเสริมทางการตลาด การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม เป็นต้น

2. การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคก็

ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ จากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นบุคคล เช่น

ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว

2.2 แหล่งธุรกิจ (Commercial Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้ ณ จุดขาย

สินค้า บริษัทหรือร้านค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย หรือจากพนักงานขาย

2.3 แหล่งข่าวทั่วไป (Public Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชน

ต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.4 จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง (Experimental Search) เป็นแหล่ง

ข่าวสารที่ได้รับจากการลองสัมผัส ตรวจสอบ การทดลองใช้ ผู้บริโภคบางคนก็ใช้ความพยายามในการ

เสาะแสวงหาข้อมูลในการใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อซ้ำแต่บางคนก็น้อย ทั้งนี้ อาจขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลที่มีอยู่เดิม ความรุนแรงของความปรารถนา หรือความสะดวกในการสืบเสาะหา

3. การเปรียบเทียบ (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็จะประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกอาจจะประเมิน โดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้าและคัดสรรในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลากหลายตราหือให้เหลือเพียงตราหือเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อนิยมศรัทธาในตราสินค้านั้นๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีตและสถานการณ์ของการตัดสินใจรวมถึงทางเลือกที่มีอยู่ด้วย ทั้งนี้ มีแนวคิดในการพิจารณาเพื่อช่วยประเมินแต่ละทางเลือก เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ดังต่อไปนี้

3.1 คุณสมบัติ (Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ (Benefit) คือ

การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่าสามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถแค่ไหนผู้แต่ละรายจะมองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมวลรวมของลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคจะมองลักษณะแตกต่างของลักษณะเหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับตนเองเพียงใด และเขาจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของเขา

3.2 ระดับความสำคัญ (Degree of Importance) คือ การพิจารณาถึง

ความสำคัญของคุณสมบัติ (Attribute Importance) ของสินค้าเป็นหลักมากกว่าพิจารณาถึงความโดดเด่นของสินค้า (Salient Attributes) ที่เราได้พบเห็น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับแตกต่างกันตามความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

3.3 ความเชื่อถือต่อตราสินค้า (Brand Beliefs) คือ การพิจารณาถึงความเชื่อถือ

ต่อยี่ห้อของสินค้าหรือภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand Image) ที่ผู้บริโภคได้เคยพบเห็น รับรู้จากประสบการณ์ในอดีต ผู้บริโภคจะสร้างความเชื่อในตราหือขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตราหือ ซึ่งความเชื่อเกี่ยวกับตราหือมีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกของผู้บริโภค

3.4 ความพอใจ (Utility Function) คือ การประเมินว่ามีความพอใจต่อสินค้าแต่

ละยี่ห้อแค่ไหน ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตรา โดยผู้บริโภคจะกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่เขาต้องการแล้วผู้บริโภคนั้นจะเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการกับคุณสมบัติของตราต่างๆ

3.5 กระบวนการประเมิน (Evaluation Procedure) วิธีนี้เป็นอีกวิธีหนึ่งที่นำเอา

ปัจจัยสำหรับการตัดสินใจหลายตัว เช่น ความพอใจ ความเชื่อถือในยี่ห้อ คุณสมบัติของสิน้ามามาพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนน แล้วหาผลสรุปว่ายี่ห้อใดได้รับคะแนนจากการประเมินมากที่สุดก่อนตัดสินใจซื้อต่อไป

4. การซื้อ (Buying Decision) โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและ

ระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการ

ข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องการะยะเวลาการตัดสินใจนาน

5. หลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆ ของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำ ให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้า/บริการนั้นๆ ในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้า/บริการน้อยลงตามไปด้วย

โดยนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีการตัดสินใจใช้บริการส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลาย ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 บริการ ดังนี้



ภาพ 10 แสดงการบริการด้านต่างๆของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ที่มา: Global Wellness Institute (2015)

1. บริการส่งเสริมสุขภาพทางร่างกาย เช่น ฟิตเนส ดีท็อก อาหารสุขภาพ สปาและเสริมความงาม
2. บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตใจ เช่น โยคะ ไทเก็ก
3. บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตวิญญาณ เช่น สมาธิบำบัด

4. บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสังคม เช่น เครือข่ายสังคมพิตเนส
5. บริการส่งเสริมสุขภาพด้านอารมณ์ เช่น บำบัดอารมณ์ กำจัดความเครียด
6. บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อม เช่น บำบัดด้วยป่าไม้ บำบัดด้วยเสียง วารี

บำบัด

สรุปจากทฤษฎีที่กล่าวมาอธิบายได้ว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการมีกระบวนการเดียวกันแต่อาจจะต่างกันตรงเหตุผลหรือเจตนาารมณ์ของปัจเจกบุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมุ่งเน้นตัดสินใจใช้บริการส่งเสริมสุขภาพเพื่อตอบสนองในด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านจิตวิญญาณ ด้านสังคม ด้านอารมณ์ และด้านสิ่งแวดล้อม

จากบทความของ จุไรรัตน์ ฉิมพาลี (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการในตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ โดยพิจารณาถึงคุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4) ราคาหรือค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 5) การติดต่อสื่อสาร 6) บุคคล และ 7) กระบวนการให้บริการ และจำเป็นจะต้องมีตัวแบบการวัดคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม 2) ด้านการบริการที่สร้างความน่าเชื่อถือ 3) ด้านการบริการที่มีความใส่ใจ และ 4) ด้านการบริการด้วยทักษะความรู้ นอกจากนี้ จากการศึกษาบทความวิชาการของ ปิยะวิทย์ ทิพรส ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ และกุลทิศา โช้เงิน (2563) พบว่า การใช้บริการธุรกิจสปาไทยทั้งเดย์สปาและโฮเทลแอนด์รีสอร์ทสปาไทย มีจุดแข็งคล้ายกัน คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจเน้นความเป็นเลิศ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดการทั่วไปและระบบสารสนเทศ 2) ด้านการให้บริการของเทอราปิสต์ 3) ด้านผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับสปาแสดงเอกลักษณ์ไทย และ 4) ด้านบรรยากาศของสถานที่ และสิ่งแวดล้อมมีความสะอาด สวยงาม ตามแบบเอกลักษณ์ไทย ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเป็นตัวแปรสำคัญของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

11. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ราชบัณฑิตยสถาน (2546) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รักชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

Kotler (2006) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการรับรู้กับความคาดหวังที่มีต่อการทำงานของระดับผลิตภัณฑ์นั้น แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ การทำงานของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความคาดหวังจะก่อให้เกิดความไม่พอใจ การทำงานของผลิตภัณฑ์ตรงตามความคาดหวังทำให้เกิดความพึงพอใจ และการทำงานเกินความคาดหวังยิ่งทำให้เกิดความพอใจมากขึ้นไปอีก

Shelly (1975) สรุปทฤษฎีความพึงพอใจไว้ว่าเป็นทฤษฎีว่าด้วย ความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทุกชนิดของมนุษย์จะต้องอยู่ในกลุ่มความรู้สึกทั้งสองแบบนี้ ความรู้สึกทางบวก คือ ความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางลบอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางลบอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้ง 3 นี้ เรียกว่า “ระบบความพึงพอใจ” โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อมี ความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่างๆได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้อีก

Lujun Su & Scott R. Swanson and Xiaohong Chen. (2016) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ (Service Quality Satisfaction) หมายถึง เป็นการกำหนดคุณภาพของการบริการเป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการในการให้บริการที่ได้รับและการรับรู้ถึงการบริการที่ได้รับจริง (SERVQUAL) ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติ คือ การบริการที่เป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การเอาใจใส่ และการรู้จักและเข้าใจ

Aday & Andersen (1978) กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐาน 6 ประเภท ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการและความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่าได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจ 6 ประเภะนั้น ประกอบไปด้วย

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience)

- 1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานที่บริการ (Office Waiting Time)
- 1.2 การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ (Availability of Care When Needs)
- 1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ (Base of Getting to Care)

2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co-ordination)

2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ใช้บริการสามารถขอรับบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (Getting all needs met at one place)

2.2 ผู้ให้บริการให้ความสนใจผู้ใช้บริการได้มีการติดตามผลงาน (Follow-up)

3. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Information)

4. ความพึงพอใจต่ออัธยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการ และความสนใจห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพของการบริการต่อผู้ใช้บริการ

6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output-off-pocket cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ

สุโขทัยธรรมาธิราช (2545, หน้า 28) ได้ระบุว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ

2. ราคา ค่าบริการความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการยอมรับหรือเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (willingness to pay) ของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ความพึงพอใจที่จะจ่ายของผู้ใช้บริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไปได้

3. สถานที่บริการ ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่อจะอำนวยความสะดวกในการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงการบริการได้โดยง่ายและสะดวกเมื่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความต้องการยอมทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

4. การส่งเสริมและการแนะนำ บริการข้อมูลข่าวสารหรือคำกล่าวชวนใดในด้านบวกของการบริการที่ตรงกับความเชื่อที่มีอยู่เดิมของผู้ใช้บริการ ทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการนั้นตามมา

5. ผู้ให้บริการ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงาน ด้านบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้เกิดความพึงพอใจผู้บริหารการบริการควรวางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมักจะชื่นชอบสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันทน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการต่าง ๆ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและมีคุณภาพ

จากความหมายของความพึงพอใจสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” คือ เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกหรือเจตคติที่ดีซึ่งเป็นท่าทีความรู้สึกของบุคคลที่แสดงออกมา ภายหลังได้รับประสบการณ์ในสิ่งนั้นมาแล้ว ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความเกินความพอใจ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและ

ประสบการณ์ของตัวบุคคล ในส่วนของความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ หมายถึง ตัวกำหนดคุณภาพของการบริการ สามารถแบ่งได้เป็น 5 มิติ ได้แก่ การบริการที่เป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การเอาใจใส่ และการรู้จักและเข้าใจ และความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้รับการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยประเมินระบบบริการในด้านต่างๆ อาทิเช่น ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience) ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co-ordination) ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Information) ความพึงพอใจต่ออัธยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of Care) และความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output-off-pocket cost) ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถประยุกต์นำทฤษฎีความพึงพอใจและเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการเหล่านี้มาใช้ในการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตได้

จากงานวิจัยของ สุภาวรรณ สุวรรณสิงห์ (2561) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านสถานที่เป็นลำดับแรก รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา นอกจากนี้ งานวิจัยของ วริศรา จันทริมา (2562) ยังพบว่า นวัตกรรมโรงพยาบาลและคุณภาพการบริการซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางการแพทย์ ปัจจัยด้านกระบวนการดูแล และปัจจัยด้านผลลัพธ์ของการดูแล และพบว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชน

12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดลเดช ตั้งตระการพงศ์, ไพศาล มณีสว่าง, เสรี วงษ์มณฑา, ขวลิย์ ณ ถลาง และศรีสุตา จงสิทธิผล (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง “โครงการการพัฒนานวัตกรรมการบริหารจัดการทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคตะวันออก ตามแนวทางประเทศไทย 4.0” ผลการวิจัยสรุปว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่ภาคตะวันออก คือ ความสำเร็จในการนำความเป็นไทย (Thainess) และประโยชน์จากธรรมชาติ เช่น สมุนไพรท้องถิ่น หัตถกรรม ศิลปะและวัฒนธรรมมาออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เสริมจากบริการสปา และผลิตภัณฑ์ มีความพร้อมที่จะพัฒนาเป็น “สปาเพื่อความอยู่ดีมีสุข” นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวภาคตะวันออกรับรู้ถึงคุณค่าการให้บริการสปา ความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการในอนาคตมากกว่าความคาดหวังตามกลยุทธ์ทางการตลาด 5 ด้าน คือ ด้านกายภาพ ด้านความเชื่อใจไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจและพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่ต้องการการส่งเสริมจากภาครัฐ และมีแนวคิด

ทำงานร่วมกันเพื่อส่งเสริม โดยภาครัฐอาจจะให้การสนับสนุนในด้านการจัดฝึกอบรมพนักงานบริการ การบังคับใช้กฎหมาย การจัดศูนย์รวมแหล่งบริการสปาในพื้นที่ โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการเป็นหลัก รวมถึงการมีแผนงานที่ชัดเจนและบรรณาคำนึงถึงคุณค่าสุขภาพที่แปรูปมาจากผลไม้และสมุนไพรไทยในท้องถิ่น ซึ่งนวัตกรรมด้านยุทธศาสตร์การตลาดแบบบูรณาการทุกช่องทางสื่อสารแบบ offline และ online เป็นจุดเด่น พร้อมไปกับการจัดการสิ่งแวดล้อมอีกด้วย และงานวิจัยฉบับนี้ได้มีผลการศึกษาที่สำคัญ คือ ได้มีการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการธุรกิจสปาเชิงนวัตกรรม (Innovative Management for SPA Business Manual) เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับผู้ประกอบการได้นำไปปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานและพัฒนาศักยภาพขององค์กร และยังมีการออกแบบแอปพลิเคชัน Thai SPA เพื่อเป็นเครื่องมือแก่ผู้ใช้บริการในการค้นหาข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น

พุทธร อักษรไพโรจน์ (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต” ผลการวิจัยสรุปว่า ธุรกิจกลุ่มการพักผ่อนเพื่อการผ่อนคลาย ซึ่งมีธุรกิจสปาเป็นหลักในการสร้างรายได้มีปริมาณมาก และจากกระแสความนิยมการดูแลสุขภาพความมีชื่อเสียงของภูเก็ตในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก อีกทั้งแนวคิดการจัดตั้งธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายชัดเจนล้วนเป็นสิ่งส่งเสริมการลงทุนและความสำเร็จของธุรกิจในปัจจุบัน ในประเด็นของการวิเคราะห์ขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจ พบว่า ธุรกิจบริการสำหรับสมรรถภาพทางกายและโภชนาการเพื่อสุขภาพเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสามารถของธุรกิจอยู่ในระดับสูง รวมทั้งที่เกี่ยวข้องอย่างเช่น ธุรกิจการดูแลสุขภาพ การพักผ่อนหย่อนคลาย สมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ และการศึกษา มีความสามารถของธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ แรงผลักดันจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ สามารถสร้างอำนาจต่อรองของผู้ผลิต และอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ก็ยังมีพบว่า สินค้าทดแทนและการแข่งขันในอุตสาหกรรมยังคงส่งผลกระทบต่อความสามารถของธุรกิจอยู่บ้างในระดับปานกลาง ดังนั้น แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ I-MVS อันได้แก่ 1) ด้านการบูรณาการ (Integrated) 2) ด้านการตลาด (Marketing) 3) ด้านข้อเสนอในการสร้างคุณค่า (Value Creation Proposition) และ 4) ด้านการออกแบบบริการ (Service Design)

ปิยะวิทย์ ทิพรส ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ กุลทิวา โชะเงิน (2563) ศึกษาบทความวิชาการเรื่อง “ลักษณะการดำเนินธุรกิจของเดย์สปาและโฮเทลแอนด์รีสอร์ทสปาไทยและต่างประเทศ : การทบทวนวรรณกรรม” ผลการศึกษารูปได้ว่า ธุรกิจสปาไทยทั้งเดย์สปาและโฮเทลแอนด์รีสอร์ทสปาไทย มีจุดแข็งคล้ายกัน คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจเน้นความเป็นเลิศ 4 ด้าน คือ (1) ด้านการจัดการทั่วไปและระบบสารสนเทศ (2) ด้านการให้บริการของเทอราปิสต์ (3) ด้านผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ และ

เครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับสปาแสดงเอกลักษณ์ไทย และ (4) ด้านบรรยากาศของสถานที่ และสิ่งแวดล้อมมีความสะอาด สวยงาม ตามแบบเอกลักษณ์ไทย

พุทธร อักษรไพโรจน์และคณะ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนานวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต” ผลการวิจัยสรุปว่า ได้มีการประยุกต์ทฤษฎีแนวคิดนวัตกรรมบริการ 10 รูปแบบมาพัฒนานวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตและนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตด้วยโมเดล “PHUKET Service Innovation Model” ประกอบด้วย 1. นวัตกรรมด้านกระบวนการและระบบการทำงาน (Process and work structure) 2. นวัตกรรมด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Development) 3. นวัตกรรมด้านเอกลักษณ์การบริการและการสร้างตราสินค้า (Unique services and Branding) 4. นวัตกรรมด้านการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge transferring) 5. นวัตกรรมด้านการสร้างความผูกพันและการสร้างเครือข่าย (Engagement and Networking) 6. นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology application)

ณาริญา วีระกิจ ชัยนันต์ ไชยเสน พุทธร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตเพื่อยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางนานาชาติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” ผลการวิจัยสรุปว่า (1) นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่มาจากประเทศออสเตรเลีย จีน รัสเซีย และตะวันออกกลาง นิยมใช้บริการผ่านบริษัทตัวแทนเชิงการแพทย์ (Medical Agent) (2) จุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมระดับโลก ราคาและคุณภาพบริการที่ความเหมาะสม มีโรงพยาบาลที่ได้รับมาตรฐานรับรองระดับสากล (JCI) มีความปลอดภัยและมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและโปรแกรมการบริการที่หลากหลาย จุดอ่อนที่สำคัญคือ บุคลากรที่ดูแลการตลาดยังขาดความรู้ ความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้ง ขาดแคลนบุคลากรที่มีความเข้าใจการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (3) ผู้ประกอบการบริการเชิงการแพทย์สนใจสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อการเชื่อมโยงการบริการด้านที่พักเพื่อสุขภาพ บริการสปา และบริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

ชนิตา เดชวิทยานุกิตต์ (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการบริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต” ผลการวิจัยสรุปว่า ด้านกลยุทธ์มีการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดบริการโดยการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการทำงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นกลยุทธ์หลักในการบริหารจัดการธุรกิจสปาเพื่อการบริการสปาเพื่อสุขภาพด้านโครงสร้าง การจัดโครงสร้างองค์กรของสปาเพื่อสุขภาพ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การจัดโครงสร้างแบบแบ่งงานเป็นฝ่าย คือธุรกิจเดี่ยวสปาขนาดใหญ่ 2) การจัดโครงสร้างแบบแบ่งงานตาม

หน้าที่ คือเคย์สปาขนาดเล็กและรีสอร์ทสปา ด้านบุคลากร 1) ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ จะต้องได้รับใบอนุญาตดำเนินกิจการสปาเพื่อสุขภาพจากกระทรวงสาธารณสุข จึงจะสามารถเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพตามที่กฎหมายกำหนด 2) ผู้ให้บริการสปาจะต้องผ่านเกณฑ์การอบรมด้านการวัดตามมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดด้านทักษะบุคลากรของสปาเพื่อสุขภาพ มีทักษะด้านภาษา ทักษะ ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล การบริหารด้านการตลาด และสามารถควบคุมบริหารจัดการทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้ตามคุณค่าร่วม ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจสปา มีการสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของสปาแต่ละแห่ง โดยการเน้นคุณค่าของความเป็นไทย และทัศนคติที่ดีต่ออาชีพในธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ เพื่องานบริการที่มีคุณภาพ และมาตรฐาน ด้านรูปแบบการบริหารงาน ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดีบริหารจัดการยึดหลักความเสมอภาค รับฟังความคิดเห็นของพนักงาน และให้อิสระภาพต่อการทำงานของพนักงานในองค์กรด้านระบบการทำงาน มีการควบคุมการดำเนินงานภายในองค์กรให้เป็นไปตามแผนงานหรือนโยบาย มีการตรวจสอบดูแลแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย ผลการศึกษามาตรฐานสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตจากการสังเกต พบว่า สปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีจุดเด่นในด้านความสะอาดของสถานที่ ผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้งบรรยากาศที่เงียบสงบ ส่วนในด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีความอ่อนน้อม และมีความชำนาญในการบริการ ในด้านการบริการมีราคาบริการที่สมเหตุสมผล ความหลากหลายของบริการที่น่าเสนอ การใช้วัสดุผลิตภัณฑ์สะอาด ระยะเวลาในการให้บริการที่เหมาะสม และการให้บริการมีความปลอดภัย

พิชญารณ ภูมิอนันท์ และ ณาธิญา วีระกิจ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต” ผลการวิจัยสรุปว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรก มีการวางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 สัปดาห์ และมีระยะเวลาในการพำนักในจังหวัดภูเก็ตไม่เกิน 1 สัปดาห์แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเดินทางคือ บริษัททัวร์ และอินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่เดินทางมากับคู่รัก/สมรส โดยจัดการเดินทางเอง สำหรับบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การชะลอวัย และการบริการสปา นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเอง โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่ำกว่า 1,000 หยวนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ธรรมชาติ การผ่อนคลายและการหลีกหนี และความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น นอกจากนี้ ปัจจัยด้านเพศ อายุ และประสบการณ์การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อระดับความสำคัญของปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญ

คมลิตี เกียนวัฒนา สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และวิภาวดี ลีมีงส์สวัสดิ์ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง “สถานการณ์ ความต้องการและแนวโน้มของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย”

ผลการวิจัยสรุปว่า ผลการวิจัย สถานการณ์ ความต้องการ และแนวโน้มของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยโดยได้รับข้อมูลจากการที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วมากที่สุด จุดมุ่งหมายของการมาท่องเที่ยว คือ ต้องการพักผ่อนและนันทนาการใช้เวลาในการท่องเที่ยว ประมาณ 2-5 วัน กิจกรรมส่งเสริมที่ใช้ภูมิปัญญาไทยที่เลือกใช้ คือ การนวดแผนไทยเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในระหว่างการท่องเที่ยว คือ ราคาเหมาะสมกับบริการส่งเสริมสุขภาพและความมั่นใจในความรู้ความสามารถของบุคคลผู้ให้บริการ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการมากที่สุดในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย คือ การนวดไทย รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการมากที่สุดในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย คือ การเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยมีบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นแรงจูงใจหลัก ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยที่มากที่สุด ได้แก่ ผ่อนคลายทางร่างกายและจิตใจ สรุปได้ว่าสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยนั้นมีการเติบโตอย่างเด่นชัด เพราะการมีทรัพยากรที่เหมาะสมและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความต้องการ แรงจูงใจและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ต่างกัน

กนกกาญจน์ กล่อมเกลา, กนกพร ภาติฉายม กาญจนาวดี สำลีเทศ (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการศึกษาสรุปว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 40 – 49 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพนักเรียนและนักศึกษา มีรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 75,000 ต่อเดือน ส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความสนใจในกิจกรรม ได้แก่ นวดแผนไทย นวดเท้า บริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรและความงาม มีความสนใจระดับมาก รองลงมา คือ อบหรือประคบสมุนไพร สวดมนต์บั้งไฟ อาบน้ำแร่ อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา มีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง และ วารีบำบัด ฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน มีความสนใจอยู่ในระดับน้อยส่วนของแนวโน้มพฤติกรรมมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวที่สนใจ การนวดแผนไทย การนวดเท้า สวดมนต์บั้งไฟ การอาบน้ำแร่ การบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม ส่วนใหญ่มีแนวโน้มไปเที่ยวเชิงสุขภาพ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวที่สนใจการอบหรือประคบสมุนไพร สวดมนต์บั้งไฟ วารีบำบัด ส่วนใหญ่มีแนวโน้มไม่แน่ใจที่จะท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา ส่วนใหญ่มีแนวโน้มไม่ไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความเห็นในระดับสำคัญมาก

จุไรรัตน์ ฉิมพาลี (2563) ศึกษาบทความวิชาการเรื่อง “คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ” ผลการศึกษาสรุปว่า คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติจะต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4) ราคาหรือค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 5) การติดต่อสื่อสาร 6) บุคคล และ 7) กระบวนการให้บริการ และจำเป็นจะต้องมีตัวแบบการวัดคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม 2) ด้านการบริการที่สร้างความน่าเชื่อถือ 3) ด้านการบริการที่มีความใส่ใจ และ 4) ด้านการบริการด้วยทักษะความรู้

ปัทมพร อัมมวิทยา และ ศรัณญา กันตะบุตร (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอร์ชั่นวายต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 28 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานราชการ/พนักงานของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 -30,000 บาท ทำงานหรือศึกษาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในชีวิตประจำวันให้ความสำคัญต่อการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก และพบเจอความเครียดในการทำงานหรือการเรียนอยู่ในระดับมาก มีพฤติกรรมเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่โดยเครื่องบิน และใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ มาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน นิยมพักที่โรงแรมหรือรีสอร์ท ค้นหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพผ่านทาง Google ใช้เวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1-3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 8,001 -11,000 บาท มีการเข้าร่วมทำกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ คือ การช้อปปิ้งหรือการช้อปปิ้ง มีความพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด จะกลับมาและแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอีกครั้งในอนาคตอย่างแน่นอน ในส่วนของผลการศึกษาด้านแรงจูงใจจำแนกตามประเภทกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีผู้เข้าร่วมมากที่สุด 3 อันดับได้แก่ การนวดแผนไทย สปา และการนวดฝ่าเท้า พบว่าปัจจัยหลักของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ความต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจ ปัจจัยรองของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมทำกิจกรรมการนวดแผนไทยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ สถานที่ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยรองของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมทำกิจกรรมการสปาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ สถานที่ให้บริการมีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ถูกต้องสุขอนามัย ปัจจัยรองของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมทำกิจกรรมการนวดฝ่าเท้าที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ สินค้าและบริการมีราคาที่เหมาะสม

วาริพร ชูศรี, วรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล (2563) ศึกษาบทความวิชาการเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย” ผลการศึกษาสรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยมีการเติบโตไปในทิศทางบวกในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประมาณ 100,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นในอัตราร้อยละ 14 ต่อปี ซึ่งความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยนั้นมีสาเหตุมาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกประเทศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของโลกที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ วิถีชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการบำบัดความเครียดโดยการแสวงหาวิธีการผ่อนคลายเช่น การนวดสปา เป็นต้น ด้านสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่มีผลทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเติบโต เช่น อัตราค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าประเทศเพื่อนบ้าน คุณภาพของการรักษาการผ่าตัดทางด้านศัลยกรรมเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ประเทศไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะในผลิตภัณฑ์การให้บริการ เช่น การบริการนวดแผนไทย การบริการอบสมุนไพร และการประคบสมุนไพร

เอกชัย ชานินา และศรดา สมพอง (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต” ผลการวิจัยสรุปว่า ยังพบปัญหา และอุปสรรคในหลายด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านความมั่นคง และด้านการบริหารจัดการ ในปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นนั้น กล่าวคือ ไม่มีการพัฒนา ไม่มีการส่งเสริม ไม่มีการสนับสนุน ไม่เพิ่มประสิทธิภาพจากทุกภาคส่วน เช่น การพัฒนาโครงสร้าง สภาพแวดล้อม สถานที่บริการ หรือการขับเคลื่อนขบวนการการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนนั้นต้องมีการช่วยเหลือ ในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นเอกชนและประชาชนให้มีการพัฒนาที่ต้องจัดการให้เกิด ‘ความสมดุล’ ที่สำคัญอยู่ 4 มิติ ได้แก่ มิติของเจ้าบ้าน (อุปทาน) มิติผู้มาเยือน (อุปสงค์) กลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และมิติด้านคุณภาพ การบริการ ประการถัดมา คือ องค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ปัญหาของการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตไม่ได้ อยู่ที่จำนวนของผู้มาเยือน (นักท่องเที่ยว) หากแต่ ปัญหา คือ การต้องพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการจัดการฐานทรัพยากรและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ขาดประสิทธิภาพส่งผลให้การจัดการอุปทานทางการท่องเที่ยวไม่แน่ชัดซึ่งส่งผลต่อตลาดชัดเจน และปัญหาจากภัยธรรมชาติ แต่ยังสามารถป้องกันได้และมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ การกำหนดแนวทางและยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พบว่า หัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรม คือ การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยนโยบายของรัฐบาล ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวกระแสการเติบโตของการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวทางกีฬา ทางน้ำ การท่องเที่ยวด้วยเรือสำราญ และเรือยอร์ช การท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น ในการพัฒนาแนวทางในทุก ๆ ด้าน

จึงมีความจำเป็นเพื่อรองรับการเข้ามาท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

บุศรินทร์ เขียวไพร และไตรรัตน์ จารุทัศน์ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง “โอกาสและข้อจำกัดของการพัฒนาศูนย์การแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) กรณีศึกษา เขตส่งเสริมศูนย์นวัตกรรม การแพทย์ครบวงจร ธรรมศาสตร์ พญา และโครงการยกระดับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต สู่มืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก” ผลการวิจัยสรุปว่า การดำเนินโครงการศูนย์การแพทย์ครบวงจร นั้น จะต้องมีการสนับสนุน ได้แก่ การพื้นที่โครงการจะต้องมีศักยภาพในเรื่องที่ตั้งและโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ เช่น สถาบันการศึกษาและสถานพยาบาลที่มีการรองรับการให้บริการด้านการแพทย์ การเข้าถึงพื้นที่ ปัจจัยดึงดูดด้านการท่องเที่ยวโดยรอบเพื่อผนวกกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งปัจจัยส่งเสริมด้านกฎหมาย เช่น มาตรการส่งเสริมการลงทุน มาตรการทางผังเมือง เป็นต้น แต่เนื่องจากในการดำเนินการโครงการเป็นโครงการขนาดใหญ่จำเป็นต้องมีการร่วมมือระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อขับเคลื่อนโครงการในภาพรวม รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และภาครัฐที่จะลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และจัดการข้อจำกัดและสร้างแรงจูงใจให้กับนักลงทุน และ นักวิชาการ อีกทั้งบุคลากรที่มีคุณภาพที่รองรับการให้บริการในพื้นที่

อรุณี มุลละ (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยสรุปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 20-35 ปี มีถิ่นพำนักในทวีปเอเชีย มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพลูกจ้าง ในด้านของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เดินทางมาประเทศไทยครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 – 3 สัปดาห์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง เดินทางมากรุงเทพฯ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงโด่งดัง สนใจมาใช้บริการนวดแผนไทย มีแผนใช้เงินในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 50,000 บาท และมีจุดมุ่งหมายที่จะอยู่ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ 3. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน กรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.59) และ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย = 3.48) มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล (ค่าเฉลี่ย = 3.12) และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย = 3.25) มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง และ เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ และอายุ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้ง เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ระหว่างถิ่นพำนัก พบว่า ด้านสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุภาวรรณ สุวรรณสิงห์ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” จากผลการวิจัยสรุปว่า 1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านสถานที่เป็นลำดับแรก รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา 2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง ด้วยตัวคนเดียว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจการบริการส่วนบุคคล (Aroma Therapy) โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการเพื่อพักผ่อนและรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ 3. ปัญหา อุปสรรค และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย พบว่า ลูกค้าต้องการความสะดวกเป็นอย่างมาก และต้องการให้แสดงจุดขายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ชัดเจน ดังนั้นควรมีการทำความสะอาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่เสมอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจและมาใช้บริการในครั้งต่อไปและเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้านสุขภาพให้เด่นชัดเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นด้วย

ชัยนันต์ ไชยเสน (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนวัตกรรมการพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับโรงแรม ในจังหวัดภูเก็ต” ผลการวิจัยสรุปว่า โดยนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตได้ใช้บริการเชิงการแพทย์ เช่น การตรวจสุขภาพ ทันตกรรม และศัลยกรรมด้านความงาม และมีการแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไปใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย และรับประทานอาหารไทยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นกิจกรรมที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น และอาหารเพื่อสุขภาพสามารถสร้างความเชื่อมโยงกับโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่างๆ ได้ ดังนั้น ร้านอาหารในโรงแรมของจังหวัดภูเก็ต สามารถนำตัวอย่างรูปแบบของนวัตกรรมการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ 6 ด้านมาเป็นต้นแบบและบูรณาการการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องภายในองค์กร พร้อมทั้งนำวัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยโดยเฉพาะผัก ผลไม้ และสมุนไพรไทยมาผสมผสานเพื่อพัฒนาออกแบบรายการอาหารเพื่อสุขภาพและนำไปเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมายังจังหวัดภูเก็ต จะทำให้ร้านอาหารเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และประชาสัมพันธ์อาหารไทยเพื่อสุขภาพที่ส่งผลในการบำรุงรักษาหรือบำบัดโรค แต่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาอบรมบุคลากรให้มี ความรู้ ทักษะ เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ และเข้าใจพฤติกรรมมารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวในแต่ละสัญชาติเพื่อส่งมอบการบริการที่เหนือความคาดหวังและเกิดความประทับใจ

วรศรา จันทรินา (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชน” ผลการวิจัยสรุปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความ

คิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อนวัตกรรมโรงพยาบาล การรับรู้คุณภาพการดูแล มีความพึงพอใจอย่างยิ่งรวมทั้งความภาคภูมิใจในการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากโรงพยาบาลเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นวัตกรรมโรงพยาบาลและคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางการแพทย์ ปัจจัยด้านกระบวนการดูแล และปัจจัยด้านผลลัพธ์ของการดูแล และพบว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจส่งผลต่อความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชน

ชยาภรณ์ ชีรเวชพลกุล และ ไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง” ผลการวิจัยสรุปว่าพ โดยเก็บข้อมูลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวจังหวัดระนอง นักท่องเที่ยว ภาคเอกชน และภาครัฐ รวมทั้งสิ้น 21 คน ผลการวิจัยพบว่าข้อมูลการส่งเสริมสุขภาพประกอบด้วย การส่งเสริมสุขภาพแบบทางเลือกและแบบภูมิปัญญาไทย แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แบบที่มนุษย์สร้างขึ้น และแบบผสมผสาน โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพประกอบด้วย โปรแกรมเต็มรูปแบบและแบบบูรณาการ และกลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีดังนี้ (1) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ (2) กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถและองค์ความรู้ (3) กลยุทธ์การส่งเสริมและควบคุมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (4) กลยุทธ์การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ (5) กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการขนส่ง (6) กลยุทธ์การพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และ (7) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการบอกต่อเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

Hansruedi Mueller and Eveline Lanz Kaufmann (2001) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry” ผลการวิจัยสรุปว่า โรงแรมระดับ3ถึง5ดาวโดยเฉลี่ยมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสุขภาพที่ค่อนข้างครอบคลุม โรงแรมเพื่อสุขภาพจึงควรมีความเชี่ยวชาญในด้านข้อมูลด้านสุขภาพ การดูแลส่วนบุคคล และโปรแกรมทางวัฒนธรรมและการผ่อนคลายที่หลากหลาย โดยโรงแรมจำเป็นต้องมีบริการด้านที่พักควบคู่ไปกับบริการด้านสุขภาพให้บริการรักษาดูแลแขกในเวลาเดียวกัน ขณะเข้าพักในโรงแรม แต่ทั้งสองส่วนนี้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันในการตัดสินใจเลือก ดังนั้น จึงสันนิษฐานว่าสุขภาพที่ดีนั้นถูกแสวงหาโดยคนที่ “มีสุขภาพ” เท่านั้น โดยมีเป้าหมายหลักคือ การป้องกัน การรักษาความเจ็บป่วยของตน

Matvey Oborin (2022) ศึกษาวิจัยเรื่อง “HEALTH AND WELLNESS TOURISM DEVELOPMENT ON GLOBAL MARKETS IN PANDEMIC” ผลการวิจัยสรุปว่า วิกฤตการณ์ระหว่าง

ประเทศทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีเป็นตัวกระตุ้นที่ทรงพลังสำหรับการพัฒนาภูมิภาคในด้านเศรษฐกิจโลกการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดจากการระบาดของโควิด-19 และผลกระทบทางเศรษฐกิจที่สำคัญของ COVID-19 สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและส่งเสริมสุขภาพต้องมีการร่วมมือกันพึ่งพาอาศัยกันทั้งการสนับสนุนจากรัฐก็เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ขณะนี้ตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์อยู่ในภาวะวิกฤต ทั้งนี้เนื่องมาจากภัยคุกคามด้านสุขภาพทางระบาดวิทยา กิจกรรมผู้ประกอบการที่ลดลง ความต้องการด้านการแพทย์และการท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างรวดเร็วบริการเนื่องจากรายได้ของประชากรลดลงและไม่สามารถใช้โครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ได้ ดังนั้น การสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือกันเปลี่ยนแปลงหรือปรับตัวเริ่มจากในองค์กรและเกิดการร่วมตัวการจัดการกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

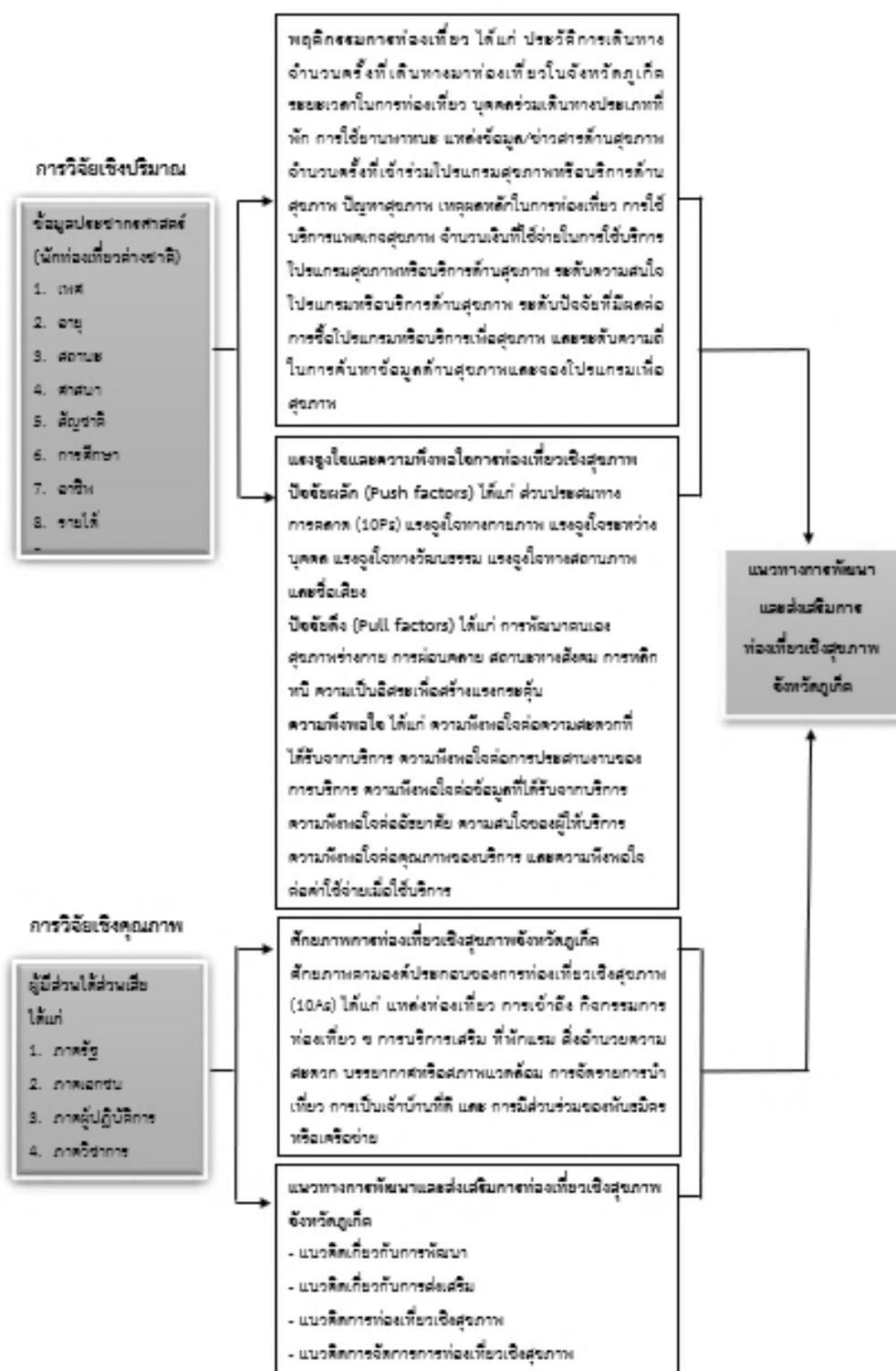
Daohao YanShaohua WuShenglu ZhouFufu LiYuanmin WangSun et al., (2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Healthy city development for Chinese cities under dramatic imbalance: evidence from 258 cities” ผลการวิจัยสรุปว่า เมืองที่มีสุขภาพดีเป็นส่วนสำคัญของเมืองและสังคมที่ยั่งยืน การพัฒนาเมืองอย่างมีสุขภาพดี เกิดจากการที่มีการศึกษาถึงผลการเรียนรู้และการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจน ตัวแปรที่สำคัญในการพัฒนาเมืองสุขภาพของประเทศจีน คือ ถิ่นอาศัย การบริโภค ขนาดเมือง สภาพอุดมคติวิทยา การพัฒนาเศรษฐกิจ และระดับการศึกษา นอกจากนี้ การส่งเสริมความเป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากร กิจการ การศึกษา ทรัพยากร การเสริมสร้างการวางผังเมืองที่เน้นด้านสุขภาพ และการยกระดับโครงสร้างพลังงานปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวแปรที่สามารถช่วยยกระดับการพัฒนาเมืองสุขภาพที่ดีของประเทศจีนได้

Warangkana Thawornwiriyaatrakula , Supawat Meeprom (2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Antecedents of Tourist Loyalty in Health and Wellness Tourism: The Impact of Travel Motives, Perceived Service Quality, and Satisfaction” ผลการวิจัยสรุปว่า ควรมีการส่งเสริมให้ธุรกิจท่องเที่ยวมุ่งเป้าหมายไปที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรออกแบบประชาสัมพันธ์ให้ดีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระหว่างประเทศ โดยให้โอกาสนักท่องเที่ยวในการสำรวจประสบการณ์ใหม่ ผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ โดยการบริการต้องมุ่งเน้นในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความงามในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเล็งเห็นถึงคุณภาพของการบริการที่แตกต่างและไม่เหมือนใครเมื่อเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ควรมีการพัฒนาบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจและจูงใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น และควรให้ความสำคัญกับประสบการณ์หลังการบริโภคของนักท่องเที่ยว และควรมีการ

ปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ และรักษานักท่องเที่ยวเดิม

Ting Gan, Jiansong Zheng, Wei Li, Jiaxin Li, Junxian Shen (2023) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Health and Wellness Tourists’ Motivation and Behavior Intention: The Role of Perceived Value” ผลการวิจัยสรุปว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นมีส่วนความสัมพันธ์บางส่วนระหว่างความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และแรงจูงใจในการหลีกเลี่ยง แรงจูงใจที่น่าดึงดูดใจ แรงจูงใจด้านสิ่งแวดล้อม และแรงจูงใจระหว่างบุคคล อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับการสนับสนุนให้ตอบสนองแรงจูงใจภายในของนักเดินทางและทำให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวประเภทนี้

Nan Chen. (2022) ศึกษาวิจัยเรื่อง “Travel Motivation of Wellness Tourism” ผลการวิจัยสรุปว่า จากการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยด้านการพักผ่อนและผ่อนคลายทางร่างกาย (Relaxation and escape), ปัจจัยด้านการพัฒนาตนเอง (Self-development), ปัจจัยด้านความแปลกใหม่ (Novelty), ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม (Attractions and Activities), (Prestige and Luxury) ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction), ปัจจัยด้านความปลอดภัยและรักษาความปลอดภัย (Safety and Security) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม (Attractions and Activities) อยู่ในระดับมากที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นหรืองานอีเวนต์และสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมรดกเท่านั้น การศึกษาครั้งนี้เน้นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและกิจกรรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนเพื่อสุขภาพ และปัจจัยอันดับสอง คือ ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) โดยมีเปอร์เซ็นต์ความแปรปรวนสูงที่สุดในบรรดาปัจจัยอื่นๆ ทั้งหมด นอกจากนี้ ยังพบว่า การพักผ่อนและการหลบหนี (Relaxation and escape) เช่น การใช้เวลาในการพักผ่อนและผ่อนคลายทางร่างกาย มีเป็นปัจจัยที่แนวโน้มที่สูงขึ้นส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกด้วย



ภาพ 11 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต” มีวิธีการดำเนินงานวิจัยการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทาง ขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีประชากร คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จำนวนรวม 400 คน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จากการค้นคว้าข้อมูล พบว่า ในปี 2565 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าจังหวัดภูเก็ตจำนวน 3,320,217 คน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) แต่ไม่พบรายงานจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จะทำการ

คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ของ คอแครน (Cochran, 1997 อ้างถึงใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 0.05 ซึ่งจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูล จึงเพิ่มจำนวนประชากรอีกร้อยละ 4 จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังนี้

สูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{1.962}{4 (0.052)}$$

$$n = 384.16 \approx 400$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) $\approx$ 400 คน

โดยกำหนดให้

เมื่อ

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

z คือ ค่า z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือ ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า z เท่ากับ $= 1.96$

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม "ความพึงพอใจ แรงจูงใจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต" มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรม ความพึงพอใจ และแรงจูงใจ ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ โดยศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สัญชาติ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เป็นแบบสอบถามที่ใช้ศึกษาเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์การเดินทาง ลักษณะการเดินทาง สถานที่พักแรม ความคาดหวังในการบริการเชิงสุขภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทบริการเสริมต่างๆ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้ง การจองที่พัก ผู้ร่วมเดินทาง แหล่งข้อมูลข่าวสาร ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว และทัศนคติที่มีต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางส่วนประสมทางการตลาด (10Ps) ของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงต่อจุดหมายปลายทางที่มีคุณค่าของจังหวัด

ภูเก็ต มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Closed End) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ที่บอกระดับแรงจูงใจ 5 ระดับ (Rating Scale) ทั้งนี้แบบสอบถามนี้ใช้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยนำทฤษฎีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูด “Push and Pull Motivation Theory” ของ Crompton (1979) อรสุธี มุลละ (2555) กนกกาญจน์ กล่อมเกลา, กนกพร ภาศิฉายม กาญจนาวดี สำลีเทศ (2562) และ เสรี วงษ์มณฑา (2565) คือ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด (10 Ps) ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจระหว่างบุคคล แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง ปัจจัยผลัก (Push Factors) ได้แก่ การพัฒนาตนเอง สุขภาพร่างกาย การผ่อนคลาย สถานะทางสังคม การหลีกเลี่ยง ความเป็นอิสระเพื่อสร้างแรงกระตุ้น (Nan Chen (2022) และ พิษณุภรณ์ ภูมิอินันท์ และ ณัฏฐา วีระกิจ (2561) และ มณีรัตน์ สุขเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2559) โดยใช้เกณฑ์ให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของ (Rating Scale) ซึ่งแต่ละคำถามนั้น มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งรายละเอียดการวัดค่า มีดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
- 3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ในการประเมินผลแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในการแต่ละระดับนั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555, หน้า 74) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{สูตร} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 \text{แทนค่า} &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำค่าที่ได้มาหาคะแนนเฉลี่ย โดยการใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

แรงจูงใจมากที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00
แรงจูงใจมาก	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20
แรงจูงใจปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40
แรงจูงใจน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60
แรงจูงใจน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการเชิงสุขภาพ เป็นแบบสอบถามให้เลือกตอบ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ที่บอกระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ (Rating Scale) ทั้งนี้ ได้ดัดแปลงจาก Aday & Andersen (1978) ความพึงพอใจ 6 ประเภท ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience) ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co-ordination) ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Information) ความพึงพอใจต่ออริยาไย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of Care) และความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output-off-pocket cost) (Nan Chen, 2022) และ พิชญาภรณ์ ภูมิภินันท์ และ ณาริญา วีระกิจ, 2561 และ มณีรัตน์ สุขเกษม และประสพชัย พสุนนท์, 2559)

โดยใช้เกณฑ์ให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของ (Rating Scale) ซึ่งแต่ละคำถามนั้นมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งรายละเอียดการวัดค่า มีดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
- 3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ในการประเมินผลแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในการแต่ละระดับนั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555, หน้า 74) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{สูตร} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 \text{แทนค่า} &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำค่าที่ได้มาหาคะแนนเฉลี่ย โดยการใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00

พึงพอใจมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20

พึงพอใจปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40

พึงพอใจน้อย มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60

พึงพอใจน้อยที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ เป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Closed End)

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)

3.1 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความสอดคล้องของข้อจำกัดข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ ความเหมาะสมของปริมาณข้อคำถาม ความชัดเจนของภาษา และรูปแบบของแบบสอบถาม เมื่อที่ปรึกษาให้ข้อเสนอแนะเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content Validity Test) ผู้วิจัยทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถาม และวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-Objective Congruence, IOC) จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้นำมาคำนวณ เพื่อให้น้ำหนักความสอดคล้องและความเหมาะสมตามกรอบแนวคิดของการวิจัย วิธีการ คือ ให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ประเมินความเหมาะสมของแต่ละหัวข้อ ตัวแปร และข้อความ เกณฑ์การประเมินได้กำหนดเป็นค่าตัวเลข คือ +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา 0 หมายถึง ไม่แน่ใจชัดเจนว่าข้อคำถามนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา หลังจากนั้น จึงนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ การวิจัย (Index of item objective congruence : IOC) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence : IOC) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปตามสูตร ดังนี้ (วรัญญา ภัทรสุข , 2554)

$$\text{กำหนดให้ } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าคำนวณค่า (Index of item objective congruence : IOC) ได้ค่าระหว่าง 0.90 และ 0.70 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ด้านเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้ แล้วจึงนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ทั้งนี้ ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Index of item objective congruence : IOC) ทั้งฉบับ จำนวน 97 ข้อ IOC = 0.86 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้

3.3 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มคนจำนวน 40 คน เพื่อนำคำตอบมาหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เช่นเดียวกับการทดสอบการเก็บข้อมูลจริง โดยใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายใน (Intimal Consistency โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Combrash's Alpha Coefficient) (สุวิมล ติรภานันท์, 2550, หน้า 146) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(\frac{1 - \sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

α = สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

$\sum S_i^2$ = คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

$\sum S_t^2$ = คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

เมื่อได้คำนวณหาความเชื่อมั่นแล้ว กรณีที่ค่าความเชื่อมั่นมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.71 ดังนั้นผู้วิจัยจึงถือว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน จากที่ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบกับกลุ่มคนจำนวน 40 คน เพื่อนำคำตอบมาหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เช่นเดียวกับการทดสอบการเก็บข้อมูลจริงและค่าความเชื่อมั่นครอนบาร์คแอลฟา (Combrash's Alpha) ของแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ค่าครอนบาร์คแอลฟา (Combrash's Alpha) เท่ากับ 0.90 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม "ความพึงพอใจ แรงจูงใจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต" เพื่อนำไปใช้ในเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต โดยเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2566 โดยผู้วิจัย

ได้ติดต่อขอความอนุเคราะห์เข้าเก็บแบบสอบถามจากสถานประกอบการต่างๆ ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต โรงเรียนสอนมวยไทย ร้านสปา และ ร้านอาหาร เป็นต้น การศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย คือ จังหวัดภูเก็ต ใน 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอถลาง และอำเภอกะทู้

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ดังนี้

5.1 รวบรวมแบบสอบถามทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

5.2 บันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (Statistical Package for Social Sciences: SPSS)

5.3 ผู้วิจัยจำแนกข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้อธิบายความหมายของพฤติกรรม แรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในลักษณะของการบรรยายทั่วไป ซึ่งจะใช้การแสดงผลข้อมูลที่ใช้มาตรวัดเป็น Nominal Scale และมาตรวัดเป็น Rating Scale ผู้วิจัยจะดำเนินการแสดงผลของข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลที่ใช้มาตรวัดเป็น มาตรนามบัญญัติ (Nominal Scale) ผู้วิจัยได้แสดงผลของข้อมูลในตารางแสดงผลเป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ได้แก่ ข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ข้อมูลส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ประวัติการเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ระยะเวลาในการท่องเที่ยว บุคคลร่วมเดินทางประเภทที่พัก การใช้จ่ายพาหนะ แหล่งข้อมูล/ข่าวสารด้านสุขภาพ จำนวนครั้งที่เข้าร่วมโปรแกรมสุขภาพหรือบริการด้านสุขภาพ ปัญหาสุขภาพ เหตุผลหลักในการท่องเที่ยว การใช้บริการแพคเกจสุขภาพ และ จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการใช้บริการโปรแกรมสุขภาพหรือบริการด้านสุขภาพ

2. ข้อมูลที่ใช้มาตรวัดเป็น มาตรฐานค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยได้แสดงผลของข้อมูลในตารางแสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ได้แก่ ข้อมูลส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ระดับความสนใจในโปรแกรมหรือบริการด้านสุขภาพ ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ข้อมูลส่วนที่ 3 แรงจูงใจผลักดันและดึงดูด และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

การวิจัยเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต โดยคัดเลือกจากผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้แทนที่ได้รับมอบหมายแบบเจาะจง หัวหน้าส่วนราชการหรือผู้แทนที่ได้รับมอบหมายแบบเจาะจง เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม รวมจำนวนทั้งสิ้น 21 คน ดังนี้

ภาครัฐ ได้แก่ บุคคลที่มีความรับผิดชอบหรือมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต อาทิเช่น ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด (จังหวัดภูเก็ต) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (จังหวัดภูเก็ต) ผู้อำนวยการสาธารณสุขจังหวัด ผู้อำนวยการฝ่ายกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด และ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน หรือผู้แทนจากหน่วยงานอื่นๆ จำนวน 5 คน

ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้ดูแลรับผิดชอบ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ที่พัก บริษัทนำเที่ยว สปา โรงพยาบาลเอกชน และ สมาคมต่างๆ หรือผู้แทนจากหน่วยงานอื่นๆ จำนวน 6 คน

ภาคผู้ปฏิบัติการ ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ให้บริการในสายงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เช่น ผู้จัดการสปา พนักงานสปา พนักงานโรงแรม จำนวน 5 คน

ภาควิชาการ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ นักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ จำนวน 5 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ศึกษาเอกสาร ข้อมูล และองค์ความรู้ต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ หนังสือ ตำรา เว็บไซต์ และ ค้นคว้าแนวคิด หลักการ ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.2 รายการที่ต้องตรวจสอบด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อหาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

2.3 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยประเด็นคำถามสำคัญ ประกอบด้วย 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ตำแหน่ง หน่วยงาน ระยะเวลา ที่ทำงาน

ตอนที่ 2 การตรวจสอบศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และบริการเสริมต่างๆ

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยอ้างอิง จาก World Health Organization (WHO) (2018) กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, (2566) ได้แก่ มาตรฐานคุณภาพการบริการ ความปลอดภัยในการใช้บริการ อัตลักษณ์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดภูเก็ต ทักษะบุคลากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ การสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กำหนดกลยุทธ์การตลาดตรงกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีวิธีการดังนี้

3.1 ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากเอกสารและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับขอบเขตและวัตถุประสงค์การวิจัย

3.2 ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของข้อมูล (สุรางค์ จันทวานิช 2553, หน้า 128 -130)

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. การสำรวจ (Survey) ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ หน่วยงานที่มีบทบาทเกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

2. การสัมภาษณ์ (Interview) โดยการติดต่อประสานงานและนัดหมายล่วงหน้ากับผู้

ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จาก 4 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคผู้ปฏิบัติการ จำนวน 21 คน

3. การขอเอกสารทางราชการ (การบันทึกข้อความ) จากฝ่ายวิชาการและงานวิจัย วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง “ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต” และจัดส่งไปให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกหน่วยงาน

4. การลงพื้นที่การวิจัยตามวัน เวลา และสถานที่นัดหมายเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ ในระหว่างการสัมภาษณ์มีการจดบันทึกและอัดเสียงข้อมูลตลอดการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) เพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพ แนวทางการพัฒนา และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต และร่วมกันวิเคราะห์ SWOT Analysis และสังเคราะห์ TOWS Matrix

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 21 คน โดยใช้เครื่องมือที่ออกแบบไว้

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารบทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อกำหนดแนวทางการวิจัย อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจและสามารถนำไปสู่แนวทางในการวิเคราะห์และตีความเพื่อยืนยันข้อมูลปฐมภูมิต่อไป

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารบทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งได้รับคำแนะนำจากกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว มีการหาคุณภาพรวมของเครื่องมือโดยวิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ (Content Validity Test) ว่ามีค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา ข้อคำถามที่ครอบคลุมและครบถ้วน สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ จากนั้นจึงนำไปตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหา โดยคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 5 คน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ การวิจัย (Index of item objective congruence : IOC) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

ให้ +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

หลังจากนั้นนำคะแนนข้อผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence : IOC) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปตามสูตร โรวินลลี และแฮมเบลตัน ดังนี้ (วรัญญา ภัทรสุข , 2554)

$$\text{กำหนดให้ } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าคำนวณค่า (Index of item objective congruence : IOC) ได้ค่าระหว่าง 0.90 และ 0.70 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ด้านเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้ แต่ถ้าได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง แล้วจึงนำไปปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อให้ได้เครื่องมือวิจัยที่สมบูรณ์และชัดเจนมากขึ้นเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์ผลและตรวจสอบความถูกต้องโดยจัดข้อมูลเป็นหมวดหมู่และทำการวิเคราะห์ ดังนี้

5.1 ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ในการวิจัยครั้งนี้ โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ลำดับความสำคัญทุกกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์จำแนกและสรุปประเด็นสำคัญ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555)

5.2 ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลด้านเวลา สถานที่ และผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน เพื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้มาว่าจะยังคงเหมือนเดิมหรือไม่ ในกรณีที่ข้อมูลที่เก็บมาได้มีความแตกต่างกันในเรื่องของเวลา สถานที่ และผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

5.2.1 เวลา หมายถึง การตรวจสอบข้อมูลในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าข้อมูลที่ได้รับในช่วงเวลาต่าง ๆ นั้นเหมือนกันหรือไม่

5.2.2 สถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กัน จะเหมือนกันหรือไม่

5.2.3 บุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

ต่อจากนั้น ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำผลที่ได้ประมวลเป็นผลการวิจัย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์โดยประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เป็นการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบ อยู่ในสถานะที่พร้อมจะนำไปใช้งานได้ทันที โดยการจัดระเบียบข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพและด้านเนื้อหา โดยจะมีการดำเนินการเป็นระยะ ๆ

ข้อมูลด้านกายภาพ ได้แก่ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเสียงและจดบันทึก โดยมีการถอดข้อความและจัดระเบียบเก็บไว้ เนื่องจากหากจำเป็นต้องมีการแก้ไขขัดเกลาข้อมูลเพื่อความเหมาะสม และสะดวกในภาษาก็สามารถแก้ไขได้ แต่ต้องยังคงความหมายเดิมและอารมณ์ของผู้ให้ข้อมูลไว้

ข้อมูลด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากเอกสารแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตีความหรือวิเคราะห์มาจัดเรียงจัดประเภทหรือเปรียบเทียบเพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าข้อมูลต่าง ๆ มีความหมายอะไรน่าจะตรงกับประเด็นกับเรื่องที่กำลังศึกษาวิจัย

2. การแสดงข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยมีการนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนาหลังจากขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะทำการจัดกลุ่มข้อมูลและแสดงข้อมูลเป็นตาราง

3. การหาข้อสรุป ผู้วิจัยทำการสรุป ตีความ และการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการศึกษาวิจัย (Conclusion, Interpretation, Verification) โดยการบรรยายถึงข้อมูลที่ค้นพบ แล้วจึงนำมาตีความและตรวจสอบก่อนที่จะเสนอผลการศึกษาต่อไป ซึ่งขั้นตอนในการตรวจสอบจะใช้วิธีการตรวจสอบภายในเพื่อทบทวนข้อมูล วิธีการได้มาของข้อมูล กระบวนการวิเคราะห์ว่า มีความเหมาะสมถูกต้องมากน้อยเพียงใด แต่ในกรณีที่ข้อมูลไม่สมบูรณ์หรือไม่ตรงประเด็น ผู้วิจัยได้มีการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์

เมื่อได้ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาสรุปและวิเคราะห์ร่วมกัน โดยนำเสนอในรูปแบบผลการวิเคราะห์ SWOT และนำมาสังเคราะห์ TOWS ต่อ เพื่อนำมาสร้างแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่การปฏิบัติได้จริงต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต”
ผู้วิจัยขอนำเสนอรายงานผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางมา
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพจังหวัดภูเก็ต

รายงานผลการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการนำเสนอโดยสามารถแบ่งออกเป็น 7
ตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
ในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 4 ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 5 ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานะ ศาสนา สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตาราง 6 แสดงถึงจำนวนและร้อยละด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	201	50.2
หญิง	195	48.8
เพศทางเลือก	4	1.0
รวม	400	100.00
อายุ		
18-24 ปี	53	13.3
25-39 ปี	266	66.5
40-60 ปี	62	15.5
มากกว่า 60 ปี	19	4.8
รวม	400	100.00
สถานะ		
แต่งงาน	209	52.2
โสด	187	46.8
หย่าร้าง/แยกทาง	4	1.0
รวม	400	100.00
ศาสนา		
ไม่มีศาสนา	153	38.3
คริสต์	121	30.3
อิสลาม	78	19.5

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อื่น ๆ (ฮินดู, ยิว)	27	6.8
พุทธ	21	5.3
รวม	400	100.00
สัญชาติ		
ยุโรป	222	55.5
เอเชีย	65	16.3
ออสเตรเลีย	44	11.0
แอฟริกา	32	8.0
อเมริกาใต้	24	6.0
อเมริกาเหนือ	13	3.3
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา	83	20.8
อนุปริญญา	30	7.5
ปริญญาตรี	30	7.5
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	257	64.3
รวม	400	100.00
อาชีพ		
พนักงานบริษัท	141	35.3
อาชีพอิสระ	93	23.3
นักธุรกิจ	84	21.0
นักเรียน/นักศึกษา	30	7.5
พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	23	5.8
เกษียณอายุ	14	3.5
อื่น ๆ (แม่บ้าน, ครู, พยาบาล, วิศวกร, นักกายภาพบำบัด, ไกด์นำเที่ยว)	10	2.5
ว่างงาน	5	1.3
รวม	400	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
500 ดอลลาร์สหรัฐหรือน้อยกว่า	58	14.5
501-1500 ดอลลาร์สหรัฐ	69	17.3
1501-2500 ดอลลาร์สหรัฐ	84	21.0
2501-3500 ดอลลาร์สหรัฐ	125	31.3
3501-4500 ดอลลาร์สหรัฐ	25	6.3
มากกว่า 4500 ดอลลาร์สหรัฐ	39	9.8
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 50.2) อยู่ในช่วงอายุ 25-39 (ร้อยละ 66.5) รองลงมา อายุ 40-60 ปี (ร้อยละ 15.5) มีสถานะแต่งงาน (ร้อยละ 52.3) ไม่นับถือศาสนา (ร้อยละ 38.3) รองลงมา ได้แก่ ศาสนาคริสต์ (ร้อยละ 30.3) สัญชาติยุโรป (ร้อยละ 55.5) มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า (ร้อยละ 64.3) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท (ร้อยละ 35.3) และมีรายได้ต่อเดือน 2501 – 3500 ดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 31.3)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับประวัติการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทที่พัก การใช้พาหนะ แหล่งข้อมูล/ข่าวสารด้านบริการสุขภาพ จำนวนครั้งในการเข้าร่วมโปรแกรมด้านสุขภาพหรือใช้บริการด้านสุขภาพ ปัญหาสุขภาพ เหตุผลหลักในการท่องเที่ยว การเข้าใช้บริการแพคเกจสุขภาพ จำนวนเงินในการเข้าร่วมโปรแกรมหรือบริการด้านสุขภาพ ระดับความสนใจในบริการด้านสุขภาพ ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตาราง 7 แสดงถึงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประวัติการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
ครั้งแรก	260	65.0
ไม่ใช่ครั้งแรก	140	35.0
รวม	400	100.00
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
1 ครั้ง	260	65.0
2-3 ครั้ง	103	25.8
4-5 ครั้ง	12	3.0
มากกว่า 5 ครั้ง	25	6.3
รวม	400	100.00
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 7 วัน	151	37.8
1-2 สัปดาห์	150	37.5
3-4 สัปดาห์	65	16.3
มากกว่า 1 เดือน	34	8.5
รวม	400	100.00
บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว		
ครอบครัว	255	63.7
คนเดียว	81	20.3
เพื่อน	60	15.0
กรุ๊ปทัวร์	4	1.0
รวม	400	100.00
ประเภทที่พัก		
โรงแรม	208	52.0
รีสอร์ท	91	22.8
แอร์บีเอนด์บี (Airbnb)	33	8.3

ตาราง 7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	23	5.8
บ้านญาติหรือเพื่อน	20	5.0
เกสต์เฮาส์	14	3.5
โฮสเทล	9	2.3
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	400	100.00
การใช้พาหนะ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รถมอเตอร์ไซด์/รถยนต์ให้เช่า	258	40.1
รถแท็กซี่	181	28.1
เดิน	104	16.2
รถตุ๊กตุ๊ก	42	6.5
รถสองแถว (โพถ้อง)	25	3.9
อื่น ๆ	21	3.3
รถสมาร์ตบัส	12	1.9
รวม	643	100.0
แหล่งข้อมูล/ข่าวสารด้านบริการสุขภาพ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
อินเทอร์เน็ต	249	42.3
โซเชียลมีเดีย	191	32.5
(เฟสบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม ตี๊กต็อก ทวิตเตอร์ และ อื่น ๆ)		
การแนะนำปากต่อปาก	48	8.2
โรงแรม	46	7.8
การโฆษณา (หนังสือแนะนำเที่ยว, โบรชัวร์, โทรทัศน์, สื่อสิ่งพิมพ์, นิตยสาร และ อื่น ๆ)	26	4.4
ตัวแทนจำหน่ายทัวร์	15	2.6
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	10	1.7
อื่น ๆ (พบเจอโดยบังเอิญ)	3	0.5
รวม	588	100.0

ตาราง 7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งในการเข้าร่วมโปรแกรมสุขภาพหรือใช้บริการด้านสุขภาพ		
ไม่เคย	2	0.5
1 ครั้ง	268	67.0
2 ครั้ง	44	11.0
3 ครั้ง	12	3.0
4 ครั้ง	3	0.8
5 ครั้ง	3	0.8
มากกว่า 5 ครั้ง	68	17.0
รวม	400	100.00
ปัญหาสุขภาพ		
ไม่มี	373	93.3
มี	27	6.8
รวม	400	100.00
เหตุผลหลักในการท่องเที่ยว		
พักผ่อนและผ่อนคลาย	366	91.5
ป้องกันและดูแลสุขภาพ	21	5.3
รักษาและฟื้นฟูสุขภาพ	9	2.3
อื่น ๆ (ทำงาน, เข้าร่วมงานฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานคิงส์คัพ)	4	1.0
รวม	400	100.00
การเข้าใช้บริการแพคเกจสุขภาพ		
แพคเกจสปา	288	72.0
แพคเกจการออกกำลังกาย	149	37.3
แพคเกจการฝึกสมาธิ	35	8.8
แพคเกจดูแลสุขภาพ	21	5.3
แพคเกจการศึกษาด้านสุขภาพ	17	4.3
แพคเกจอาหารและโภชนาการ	12	3.0
อื่น ๆ (ตรวจสุขภาพ)	3	0.8

ตาราง 7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รวม	400	100.00
จำนวนเงินในการใช้บริการโปรแกรมหรือบริการด้านสุขภาพ		
น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท	310	77.5
15,001 – 25,000 บาท	37	9.3
25,001 – 35,000 บาท	20	5.0
35,001 – 55,000 บาท	11	2.8
มากกว่า 55,000 บาท	22	5.5
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละประวัติการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประวัติการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 60.3) เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 1 ครั้ง (ร้อยละ 65.0) ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอย่างน้อย 7 วัน (ร้อยละ 37.8) เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 63.7) ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม (ร้อยละ 52.0) ใช้บริการรถมอเตอร์ไซด์/รถยนต์ให้ (ร้อยละ 40.1) รับทราบข้อมูล/ข่าวสารด้านบริการสุขภาพจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 42.3) เข้าร่วมโปรแกรมด้านสุขภาพหรือใช้บริการด้านสุขภาพ 1 ครั้ง (ร้อยละ 67.0) ไม่มีปัญหาสุขภาพ (ร้อยละ 93.3) มีเหตุผลหลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย (ร้อยละ 91.5) เข้าใช้บริการแพคเกจสปา (ร้อยละ 72.0) และใช้จำนวนเงินในการเข้าร่วมโปรแกรมหรือบริการด้านสุขภาพ น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท (ร้อยละ 77.5)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสนใจในบริการด้านสุขภาพ ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพ และจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับความสนใจในบริการด้านสุขภาพ ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

สนใจมากที่สุด/สำคัญมากที่สุด/บ่อยครั้ง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.26-4.00
สนใจ/สำคัญ/บางครั้ง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.25
ค่อนข้างสนใจ/ค่อนข้างสำคัญ/น้อยครั้ง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.76-2.50

ไม่สนใจ/ไม่สำคัญ/ไม่เคย

มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.75

ตาราง 8 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสนใจในบริการ
ด้านสุขภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความสนใจในบริการ ด้านสุขภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. โปรแกรมสปาและนวดเพื่อสุขภาพ	3.49	0.90	สนใจมากที่สุด
2. โปรแกรมออกกำลังกาย (เทรนนิ่งส่วนตัว)	2.84	0.93	สนใจ
3. โปรแกรมฝึกสมาธิเพื่อบำบัดร่างกายและ จิตใจ	2.84	0.84	สนใจ
4. โปรแกรมสุขภาพองค์รวม	2.48	0.79	ค่อนข้างสนใจ
5. โปรแกรมโภชนาการเพื่อสุขภาพและดีท็อกซ์	2.48	0.85	ค่อนข้างสนใจ
6. โปรแกรมการบำบัดแพทย์ทางเลือก	2.42	0.86	ค่อนข้างสนใจ
7. โปรแกรมตรวจสุขภาพ	2.33	0.82	ค่อนข้างสนใจ
8. โปรแกรมชะลอวัยและความงาม	2.16	0.87	ค่อนข้างสนใจ
9. โปรแกรมการฟื้นฟูสมรรถภาพหลัง สถานการณ์โควิด-19	1.75	0.91	ไม่สนใจ
ระดับความสนใจโดยรวม	2.53	0.84	สนใจ

จากตาราง 8 การศึกษาระดับความคิดเห็นในบริการด้านสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อบริการด้านสุขภาพในระดับสนใจ ($\bar{x} = 2.53$, S.D. = 0.84) และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุดต่อโปรแกรมสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ($\bar{x} = 3.49$, S.D. = 0.90) โปรแกรมออกกำลังกาย (เทรนนิ่งส่วนตัว) ($\bar{x} = 2.83$, S.D. = 0.93) โปรแกรมฝึกสมาธิเพื่อบำบัดร่างกายและจิตใจ ($\bar{x} = 2.84$, S.D. = 0.84) นอกจากนี้ยังพบว่าค่อนข้างสนใจโปรแกรมสุขภาพองค์รวม ($\bar{x} = 2.48$, S.D. = 0.79) โปรแกรมโภชนาการเพื่อสุขภาพและดีท็อกซ์ ($\bar{x} = 2.48$, S.D. = 0.85) โปรแกรมการบำบัดแพทย์ทางเลือก ($\bar{x} = 2.42$, S.D. = 0.86) โปรแกรมตรวจสุขภาพ ($\bar{x} = 2.33$, S.D. = 0.82) โปรแกรมชะลอวัยและความงาม ($\bar{x} = 2.16$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สนใจในโปรแกรมการฟื้นฟูสมรรถภาพหลังสถานการณ์โควิด-19 ($\bar{x} = 1.75$, S.D. = 0.91)

ตาราง 9 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. บรรยากาศ/สภาพแวดล้อม	3.68	0.55	สำคัญมากที่สุด
2. ราคาสมเหตุสมผล	3.61	0.65	สำคัญมากที่สุด
3. การบริการอย่างมืออาชีพ	3.50	0.67	สำคัญมากที่สุด
4. ผู้ให้บริการมีเชี่ยวชาญ	3.25	0.72	สำคัญ
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างพื้นฐานขั้นสูง)	3.20	0.92	สำคัญ
6. มาตรฐานคุณภาพสูง	3.14	0.78	สำคัญ
7. มีแพคเกจทางเลือกที่หลากหลาย	2.98	0.87	สำคัญ
8. โปรแกรมสุขภาพมีความเป็นเอกลักษณ์	2.92	0.86	สำคัญ
9. มีความน่าเชื่อถือ (มีการรับรู้ในระดับสากล)	2.88	0.91	สำคัญ
10. แปรนด์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก	2.33	0.98	ค่อนข้างสำคัญ
ระดับความสำคัญโดยรวม	3.14	0.43	สำคัญ

จากตาราง 9 การศึกษาระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตในระดับสำคัญ ($\bar{x} = 3.14$, S.D. = 0.43) และเมื่อวิเคราะห์หองค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยด้านบรรยากาศ/สภาพแวดล้อม ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.55) ปัจจัยด้านราคาสมเหตุสมผล ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.65) และปัจจัยด้านการบริการอย่างมืออาชีพ ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 0.67) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยที่อยู่ในระดับสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการมีเชี่ยวชาญ ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 0.72) ปัจจัยด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างพื้นฐานขั้นสูง) ($\bar{x} = 3.20$, S.D. = 0.92) ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพสูง ($\bar{x} = 3.14$, S.D. = 0.78) ปัจจัยด้านการมีแพคเกจทางเลือกที่หลากหลาย ($\bar{x} = 2.98$, S.D. = 0.87) ปัจจัยด้านโปรแกรมสุขภาพมีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{x} = 2.92$, S.D. = 0.86) และปัจจัยด้านมีความน่าเชื่อถือ (มีการรับรู้ในระดับสากล) ($\bar{x} = 2.88$, S.D. = 0.91)

ตามลำดับ อย่างไรก็ตามผลการศึกษาดังกล่าวยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านแบรนด์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก ($\bar{x} = 2.33$, S.D. = 0.98)

ตาราง 10 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. บู้คกิ้ง ดอท คอม	3.02	0.86	บางครั้ง
2. เว็บไซต์ / แอปพลิเคชันออนไลน์	2.90	0.65	บางครั้ง
3. เข้าใช้บริการโดยตรงกับสถานบริการ	2.72	0.73	บางครั้ง
4. อโกต้า	1.96	0.68	น้อยครั้ง
5. ตัวแทนจำหน่าย	1.89	0.52	น้อยครั้ง
6. เอ็กซ์พีเดีย	1.65	0.91	ไม่เคย
7. ทราเวลโลก้า	1.51	0.97	ไม่เคย
ระดับความถี่โดยรวม	2.23	0.64	น้อยครั้ง

จากตาราง 10 การศึกษาระดับความคิดเห็นด้านความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับน้อยครั้ง ($\bar{x} = 2.23$, S.D. = 0.64) และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตจากบู้คกิ้ง ดอท คอม ($\bar{x} = 3.02$, S.D. = 0.86) เว็บไซต์ / แอปพลิเคชันออนไลน์ ($\bar{x} = 2.90$, S.D. = 0.65) และการเข้าใช้บริการโดยตรงกับสถานบริการ ($\bar{x} = 2.72$, S.D. = 0.73) ในระดับบางครั้ง และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตจากอโกต้า ($\bar{x} = 1.96$, S.D. = 0.68) และตัวแทนจำหน่าย ($\bar{x} = 1.89$, S.D. = 0.52) ในระดับน้อยครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยมีระดับความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตจากเอ็กซ์พีเดีย ($\bar{x} = 1.65$, S.D. = 0.91) และทราเวลโลก้า ($\bar{x} = 1.51$, S.D. = 0.97)

ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

แรงจูงใจมากที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00
แรงจูงใจมาก	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20
แรงจูงใจปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40
แรงจูงใจน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60
แรงจูงใจน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80



ตาราง 11 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยผลักดัน (Push factors)			
การพัฒนาตนเอง			
1. รู้สึกถึงความสงบจากภายใน	3.83	0.74	แรงจูงใจมาก
2. รับประสบการณ์เกี่ยวกับสุขภาพองค์รวม	3.54	0.66	แรงจูงใจมาก
3. เข้าใจตัวเองมากขึ้น	3.45	0.75	แรงจูงใจมาก
สุขภาพร่างกายและจิตใจ			
1. การฟื้นฟูจิตใจ (จิต)	4.05	0.63	แรงจูงใจมาก
2. การฝึกสมาธิ (จิตวิญญาณ)	3.98	0.69	แรงจูงใจมาก
3. การฟื้นฟูร่างกาย (กาย)	3.62	0.71	แรงจูงใจมาก
การผ่อนคลายและการหลบหนี			
1. ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม	4.46	0.72	แรงจูงใจมากที่สุด
2. ใช้เวลาเพื่อให้ร่างกายสดชื่นและผ่อนคลาย	4.36	0.91	แรงจูงใจมากที่สุด
3. ค้นหาความสุขให้กับชีวิต	4.36	0.96	แรงจูงใจมากที่สุด

ตาราง 11 (ต่อ)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้			
1. หลีกหนีจากกิจวัตรประจำวัน	4.28	0.99	แรงจูงใจมากที่สุด
2. หลีกหนีจากสิ่งแวดล้อมประจำ	4.20	0.65	แรงจูงใจมาก
3. ปลดปล่อยความกดดันจากการทำงาน	2.99	0.91	แรงจูงใจปานกลาง
การเข้าถึงและการเชื่อมความสัมพันธ์			
1. แบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดีย	3.77	0.75	แรงจูงใจมาก
2. ตามกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.70	0.75	แรงจูงใจมาก
3. มีปฏิสัมพันธ์กับคนต่างวัฒนธรรม	3.02	0.86	แรงจูงใจปานกลาง
อิสรภาพในการจูงใจ			
1. รับประสบการณ์ด้านสุขภาพที่ดีควบคู่ไปกับประสบการณ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ	4.29	0.63	แรงจูงใจมากที่สุด
2. เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใหม่ ๆ	4.03	0.71	แรงจูงใจมาก
3. สร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ	3.89	0.86	แรงจูงใจมาก

ตาราง 11 (ต่อ)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) (10Ps)			
การส่งเสริมการตลาด/ช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. มีโปรโมชั่นหลากหลาย (ส่วนลด ซื้อ 1 แถม 1 แพคเกจสุดคุ้ม) ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	3.88	0.88	แรงจูงใจมาก
2. การโฆษณาหลายช่องทาง (ออนไลน์ / ออฟไลน์)	3.65	0.75	แรงจูงใจมาก
3. รีวิวออนไลน์ / ออฟไลน์ (การรีวิวออนไลน์โดยผู้มีอิทธิพล / ยูทูบเบอร์ / ญาติ)	3.38	0.86	แรงจูงใจมาก
ผลิตภัณฑ์/สินค้าและบริการ			
1. มีศูนย์สุขภาพที่มีคุณภาพสูง	4.39	0.84	แรงจูงใจมากที่สุด
2. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความหลากหลาย	4.12	0.92	แรงจูงใจมาก
3. แพคเกจสุขภาพมีความหลากหลาย	3.88	0.95	แรงจูงใจมาก
ราคา			
1. ราคา คุณภาพ คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	4.46	0.84	แรงจูงใจมากที่สุด
2. แพคเกจสุขภาพมีหลายราคาให้เลือก	4.34	0.94	แรงจูงใจมากที่สุด
3. แสดงราคาที่ชัดเจน	4.22	0.86	แรงจูงใจมากที่สุด

ตาราง 11 (ต่อ)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สถานที่			
1. จังหวัดภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีเหมาะสมแก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	4.22	0.93	แรงจูงใจมากที่สุด
2. จังหวัดภูเก็ตเป็นที่รู้จักในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก	4.16	0.90	แรงจูงใจมาก
3. จังหวัดภูเก็ตมีการเดินทางเข้าถึงที่หลากหลาย (ศูนย์กลางการบิน)	4.08	0.94	แรงจูงใจมาก
ลักษณะทางกายภาพ			
1. มีสถานที่เอื้อต่อสุขภาพ (ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ, ที่พักเพื่อสุขภาพ, โรงพยาบาลเพื่อสุขภาพ, โรงเรียนและมหาวิทยาลัยเพื่อสุขภาพ, สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ, ฟิตเนส, ศูนย์สุขภาพ, สถานที่ทำงานเพื่อสุขภาพ, เมืองแห่งสุขภาพ)	4.37	0.76	แรงจูงใจมากที่สุด
2. มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพ (กีฬา การฟื้นฟูจิตใจ การรับประทานอาหาร การผ่อนคลาย การนอนหลับ การศึกษา)	4.31	0.78	แรงจูงใจมากที่สุด
3. มีสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ (พื้นที่สีเขียว สาธารณะ เป็นมิตรกับคาร์บอน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม บรรยากาศ)	4.28	0.84	แรงจูงใจมากที่สุด

ตาราง 11 (ต่อ)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
กระบวนการให้บริการ			
1. มาตรฐานคุณภาพการบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (ความรวดเร็วในการให้บริการ)	4.12	0.93	แรงจูงใจมาก
2. ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกสบายในการเข้าถึงการบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (ออนไลน์/ออฟไลน์)	4.05	0.88	แรงจูงใจมาก
3. มีระบบสาธารณสุขที่ดี	4.03	0.97	แรงจูงใจมาก
บุคลากร			
1. ผู้ให้บริการมีทักษะและความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (มีความเชี่ยวชาญ)	4.33	0.81	แรงจูงใจมากที่สุด
2. ผู้ให้บริการสามารถให้คำปรึกษาด้านสุขภาพที่มีคุณภาพ	4.18	0.81	แรงจูงใจมาก
3. ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	4.07	0.97	แรงจูงใจมาก
การจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ			
1. แพคเกจสปาเพื่อดูแลสุขภาพ	4.07	0.79	แรงจูงใจมาก
2. แพคเกจการออกกำลังกาย	3.96	0.87	แรงจูงใจมาก
3. แพคเกจดูแลความงาม	3.83	0.93	แรงจูงใจมาก
4. แพคเกจการฝึกสมาธิ	3.64	0.85	แรงจูงใจมาก
5. แพคเกจอาหารโภชนาการเพื่อสุขภาพ	3.60	0.63	แรงจูงใจมาก

ตาราง 11 (ต่อ)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง			
1. จังหวัดภูเก็ตมีงานอีเว้นท์และเทศกาลที่น่าสนใจสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น กิจกรรมกีฬา ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมสมุนไพรไทย)	4.11	0.77	แรงจูงใจมาก
2. จังหวัดภูเก็ตมีกิจกรรมพิเศษที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น สปา สุขภาพจิต มวยไทย โยคะ การทำอาหารเพื่อสุขภาพ)	4.02	0.65	แรงจูงใจมาก
3. จังหวัดภูเก็ตมีนันทนาการและการประชุมด้านสุขภาพที่น่าสนใจ	3.66	0.99	แรงจูงใจมาก
การฝึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน			
1. พันธมิตรภาคเอกชนด้านสุขภาพ	3.58	0.82	แรงจูงใจมาก
2. พันธมิตรภาคชุมชนด้านสุขภาพ	3.58	0.76	แรงจูงใจมาก
3. พันธมิตรภาครัฐด้านสุขภาพ	3.53	0.74	แรงจูงใจมาก
แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	4.03	0.80	แรงจูงใจมาก

จากตาราง 11 การศึกษาระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.80) และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อยพบว่า

ด้านการพัฒนาตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากต่อการรู้สึกถึงความสงบจากภายใน ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.74) การรับประสบการณ์เกี่ยวกับสุขภาพองค์รวม ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.66) และการเข้าใจตัวเองมากขึ้น ($\bar{x} = 3.45$, S.D. = 0.75)

ด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากต่อการฟื้นฟูจิตใจ (จิต) ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.63) การฝึกสมาธิ (จิตวิญญาณ) ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.69) และการฟื้นฟูร่างกาย (กาย) ($\bar{x} = 3.62$, S.D. = 0.71)

ด้านการผ่อนคลายและการหลบหนี ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.72) การใช้เวลาเพื่อให้ร่างกายสดชื่นและผ่อนคลาย ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.91) และการค้นหาความสุขให้กับชีวิต ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.96)

ด้านการรับรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการหลีกเลี่ยงจากกิจวัตรประจำวัน ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.99) และมีแรงจูงใจในระดับมากต่อการหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมประจำ ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.65) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในระดับปานกลางต่อการปลดปล่อยความกดดันจากการทำงาน ($\bar{x} = 2.99$, S.D. = 0.91)

ด้านการเข้าถึงและการเชื่อมความสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากต่อการแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดีย ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.63) และการตามกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.75) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในระดับปานกลางต่อการมีปฏิสัมพันธ์กับคนต่างวัฒนธรรม ($\bar{x} = 3.02$, S.D. = 0.86)

ด้านอิสรภาพในการจูงใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการรับประสบการณ์ด้านสุขภาพที่ดีควบคู่ไปกับประสบการณ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.63) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในระดับมากต่อการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใหม่ ๆ ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.71) และการสร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.86)

ด้านการส่งเสริมการตลาด/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากต่อการมีโปรโมชั่นหลากหลาย (ส่วนลด ซื้อ 1 แถม 1 แพคเกจสุดคุ้ม) ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ($\bar{x} = 3.88$, S.D. = 0.88) การโฆษณาหลายช่องทาง (ออนไลน์ / ออฟไลน์) ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.75) และการรีวิวออนไลน์ / ออฟไลน์ (การรีวิวออนไลน์โดยผู้มีอิทธิพล / ยูทูบเบอร์ / ญาติ) ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.86)

ด้านผลิตภัณฑ์/สินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการมีศูนย์สุขภาพที่มีคุณภาพสูง ($\bar{x} = 4.39$, S.D. = 0.84) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในระดับมากต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความหลากหลาย ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.92) และแพคเกจสุขภาพมีความหลากหลาย ($\bar{x} = 3.88$, S.D. = 0.95)

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อราคาคุณภาพ คำนวณกับเงินที่จ่ายไป ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.84) แพคเกจสุขภาพมีหลากหลายราคาให้เลือก ($\bar{x} = 4.34$, S.D. = 0.94) และการแสดงราคาที่ชัดเจน ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.86)

ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการที่จังหวัดภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีเหมาะสมแก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.93) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการที่จังหวัดภูเก็ตเป็นที่รู้จักในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.90) และการที่จังหวัดภูเก็ตมีการเดินทางเข้าถึงที่หลากหลาย (ศูนย์กลางการบิน) ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.94)

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการมีสถานที่เอื้อต่อสุขภาพ (ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่พักเพื่อสุขภาพ โรงพยาบาลเพื่อสุขภาพ โรงเรียนและมหาวิทยาลัยเพื่อสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ฟิตเนส ศูนย์สุขภาพ สถานที่ทำงานเพื่อสุขภาพเมืองแห่งสุขภาพ) ($\bar{x} = 4.37$, S.D. = 0.76) การมีกิจกรรมเพื่อสุขภาพ (กีฬา การฟื้นฟูจิตใจ การรับประทานอาหาร การผ่อนคลาย การนอนหลับ การศึกษา) ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.78) และการมีสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ (พื้นที่สีเขียวสาธารณะ เป็นมิตรกับคาร์บอน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม บรรยากาศ) ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.84)

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อมาตรฐานคุณภาพการบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (ความรวดเร็วในการให้บริการ) ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.93) ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกสบายในการเข้ารับการบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (ออนไลน์/ออฟไลน์) ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.88) และการมีระบบสาธารณสุขที่ดี ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.897)

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการที่ผู้ให้บริการมีทักษะและความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (มีความเชี่ยวชาญ) ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.97) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการที่ผู้ให้บริการสามารถให้คำปรึกษาด้านสุขภาพที่มีคุณภาพ ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.81) และการที่ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารได้หลายภาษา ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.97)

ด้านการจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อแพคเกจสปานวดเพื่อสุขภาพ ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.79) แพคเกจการออกกำลังกาย ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.87) แพคเกจดูแลความงาม ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.93) แพคเกจการฝึกสมาธิ ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.85) และแพคเกจอาหารโภชนาการเพื่อสุขภาพ ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 0.63)

ด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากต่อการที่จังหวัดภูเก็ตมีงานอีเว้นท์และเทศกาลที่น่าสนใจสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น กิจกรรมกีฬา ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมสมุนไพรไทย) ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.77) การที่จังหวัดภูเก็ตมีกิจกรรมพิเศษที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น สปา สุขภาพจิต มวยไทย โยคะ การทำอาหารเพื่อสุขภาพ) ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.65) และการที่จังหวัดภูเก็ตมีนิทรรศการและการประชุมด้านสุขภาพที่น่าสนใจ ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.99)

ด้านการฝึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากต่อพันธมิตรภาคเอกชนด้านสุขภาพ ($\bar{x} = 3.58$, S.D. = 0.82) พันธมิตรภาคชุมชนด้านสุขภาพ ($\bar{x} = 3.58$, S.D. = 0.76) และพันธมิตรภาครัฐด้านสุขภาพ ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.74)

ตอนที่ 4 ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00
พึงพอใจมาก	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20
พึงพอใจปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40
พึงพอใจน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60
พึงพอใจน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80

ตาราง 12 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ			
1. ตั้งอยู่ในทำเลที่ดีและสะดวก	4.29	0.74	พึงพอใจ มากที่สุด
2. ระบบการจองและชำระเงินที่หลากหลาย	4.23	0.79	พึงพอใจ มากที่สุด
3. อารยสถาปัตย์ที่เหมาะสมสำหรับทุกคน	4.11	0.86	พึงพอใจมาก
4. บริการด้านสุขภาพที่ครบวงจร	3.98	0.90	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ			
1. ผู้ให้บริการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีและ ชัดเจนในหลากหลายภาษา	4.22	0.92	พึงพอใจ มากที่สุด
2. การประสานงานที่ราบรื่น	4.12	0.92	พึงพอใจมาก
3. การสนทนาแบบเรียลไทม์ (ออนไลน์)	3.83	0.87	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ			
1. ความแม่นยำในการใช้คำศัพท์เฉพาะการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการอธิบายข้อมูล	4.27	0.88	พึงพอใจ มากที่สุด
2. การให้ข้อมูลเฉพาะทางด้านสุขภาพ	4.22	0.86	พึงพอใจ มากที่สุด
3. การให้ข้อมูลการบริการด้านสุขภาพที่ชัดเจน และสมบูรณ์	4.17	0.85	พึงพอใจมาก

ตาราง 12 (ต่อ)

ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความพึงพอใจต่ออรรถาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ			
1. พนักงานแต่งกายสะอาดและเรียบร้อย	4.62	0.62	พึงพอใจ มากที่สุด
2. พนักงานมีความมั่นใจและคิดบวก	4.55	0.71	พึงพอใจ มากที่สุด
3. พนักงานเอาใจใส่ในการบริการ	4.46	0.77	พึงพอใจ มากที่สุด
4. พนักงานมีใจบริการ	4.45	0.79	พึงพอใจ มากที่สุด
ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ			
1. พนักงานมีความรู้และทักษะ	4.56	0.70	พึงพอใจ มากที่สุด
2. จรรยาบรรณในการบริการ	4.35	0.84	พึงพอใจ มากที่สุด
3. อุปกรณ์บริการด้านสุขภาพมีความทันสมัยและคุณภาพสูง	4.24	0.77	พึงพอใจ มากที่สุด
4. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	3.89	0.95	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ			
1. ประสบการณ์ด้านสุขภาพที่ได้รับยอดเยี่ยมคุ้มค่ากับเงินที่ จ่ายไป	4.54	0.68	พึงพอใจ มากที่สุด
2. คุณภาพการบริการคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	4.48	0.70	พึงพอใจ มากที่สุด
3. การบริการ/แพคเกจเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีราคา ที่เหมาะสมผล	4.46	0.77	พึงพอใจ มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยรวมกับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต	4.44	0.71	พึงพอใจ มากที่สุด

จากตารางที่ 12 การศึกษาระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.71) และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า

ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อการตั้งอยู่ในทำเลที่ดีและ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.74) การมีระบบการจองและชำระเงินที่หลากหลาย ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.79) นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อการมีอารยสถาปัตย์ที่เหมาะสมสำหรับทุกคน ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.86) และบริการด้านสุขภาพที่ครบวงจร ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.90)

ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อการที่ผู้ให้บริการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีและชัดเจนในหลากหลายภาษา ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.92) นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อการประสานงานที่ราบรื่น ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.92) และการมีการสนทนาแบบเรียลไทม์ (ออนไลน์) ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 0.87)

ด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อการมีความแม่นยำในการใช้คำศัพท์เฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการอธิบายข้อมูล ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.88) และการให้ข้อมูลเฉพาะทางด้านสุขภาพ ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.86) นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อการให้ข้อมูลการบริการด้านสุขภาพที่ชัดเจนและสมบูรณ์ ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.85)

ด้านความพึงพอใจต่ออรรถาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อพนักงานแต่งกายสะอาดและเรียบร้อย ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.62) พนักงานมีความมั่นใจและคิดบวก ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.71) พนักงานเอาใจใส่ในการบริการ ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.77) และพนักงานมีใจบริการ ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.79)

ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อพนักงานมีความรู้และทักษะ ($\bar{x} = 4.56$, S.D. = 0.70) และจรรยาบรรณในการบริการ ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.84) อุปกรณ์บริการด้านสุขภาพมีความทันสมัยและคุณภาพสูง ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.77) นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.95)

ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในในระดับมากที่สุดต่อประสบการณ์ด้านสุขภาพที่ได้รับยอดเยี่ยมคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ($\bar{x}$

= 4.54, S.D. = 0.68) คุณภาพการบริการคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.70) และการบริการ/แพคเกจเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{x}$ = 4.46, S.D. = 0.77)

ตอนที่ 5 ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.26-4.00
เห็นด้วย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.25
ไม่เห็นด้วย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.76-2.50
ไม่เห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.75

ตาราง 13 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การแนะนำให้เพื่อนหรือญาติเดินทางมาใช้บริการสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	3.50	0.60	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตอีกครั้งเพื่อรับบริการด้านสุขภาพในอนาคต	3.32	0.77	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะโดยรวม	3.41	0.60	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 13 การศึกษาระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{x}$ = 3.41, S.D. = 0.60) และเมื่อวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดต่อการแนะนำให้เพื่อนหรือญาติเดินทางมาใช้บริการสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ($\bar{x}$ = 3.50, S.D. = 0.60) และมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตอีกครั้งเพื่อรับบริการด้านสุขภาพในอนาคต ($\bar{x}$ = 3.32, S.D. = 0.77) โดยมีเหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการกลับมาท่องเที่ยวใน

จังหวัดภูเก็ตอีกครั้งเพื่อรับบริการด้านสุขภาพในอนาคต ได้แก่ ความคุ้มค่า ความน่าสนใจ ความสวยงามของชายหาดและบรรยากาศดี สถานที่ที่สวยงาม ราคาถูก ใกล้ประเทศออสเตรเลีย จะกลับมาสำหรับแพ็คเกจการสมาธิครั้งหน้า เชื่อมต่อกับตัวเอง ความสะดวกและการบริการลูกค้า ความต้องการการปรับปรุงในด้านอายุ การบริการและราคา ความหลากหลายของวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมและคน สถานที่ที่ดี ราคาแพง เหมาะสำหรับครอบครัวและเด็ก ใกล้จากบ้าน ความสนใจที่จะเยี่ยมชมสถานที่ใหม่สำหรับสุขภาพจิต การผ่อนคลายจิตใจจากความเป็นจริง พนักงานเป็นมิตร ความสนุก การได้รับประสบการณ์ที่ดีและพนักงานที่น่ารัก โรงแรมที่ดีและสะดวกสบาย ราคาที่ดี คุณภาพดีและราคาถูก สปาที่ดี มีหลายศูนย์การฟื้นฟูสุขภาพ พนักงานที่ยอดเยี่ยม บริการเยี่ยม การได้รับความเพลิดเพลิน ความชอบมากกว่าเกาะอื่น คนท้องถิ่นที่น่ารัก มีหลายกิจกรรมในภูเก็ตที่มีชื่อเสียงในการทำสมาธิที่ดี บริการนวดและสปายอดเยี่ยม สำหรับประเภทการบริการด้านสุขภาพที่ต้องการแนะนำให้เพื่อนหรือญาติเดินทางมาใช้บริการสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ความงามและสุขภาพโดยเฉพาะที่รีสอร์ท ฟิตเนส สปา การทำสมาธิ ฟิตเนสที่ไทเกอร์ โรงแรม การนวดแผนไทยและการดูแลสุขภาพ มวยไทย การเข้าร่วมหลักสูตร/การฝึกอบรมการรักษาสมดุลทุกอย่างทั้งร่างกายและจิตใจ การออกกำลังกาย กิจกรรมโยคะชายหาด โดยมีเหตุผลเพราะจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในทุกด้าน มีวิวที่สวยงาม มีความเย็นสบาย เพื่อการพักผ่อนและการฟื้นฟู พนักงานที่เป็นมิตรและเป็นมืออาชีพ มีความสนุกสนาน เป็นสถานที่ที่ดี ได้รับประสบการณ์ที่ดี ดีต่อสุขภาพ มีบริการนวดที่ดี เป็นสถานที่ที่สร้างความผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี อัตราการให้บริการเหมาะสมและสมเหตุสมผล คุณภาพดีและเป็นที่ยอมรับในประเทศไทย มีบริการที่ดี ย่อมเยาและราคาถูก อยากให้สมาชิกในครอบครัวเห็นประเทศที่สวยงาม คนในท้องถิ่นมีความน่ารัก อภัยภัยดี หลักสูตรมวยไทย บรรยากาศดี เป็นสถานที่ที่ดีต่อสุขภาพและเติมพลังให้แก่ชีวิต สร้างความผ่อนคลาย

นอกจากนี้ผลการศึกษาก็เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและคำแนะนำในการพัฒนาและส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกและเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะ สามารถแบ่งได้เป็นประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ด้านการสื่อสาร ควรปรับปรุงการสื่อสารโดยทำให้พนักงานพูดภาษาอังกฤษได้มากขึ้น ปรับปรุงวิธีการสื่อสารกับชาวต่างชาติเป็นภาษาอังกฤษ และควรพัฒนาให้พนักงานหรือคนในท้องถิ่นพูดภาษาอังกฤษได้คล่องมากขึ้น มีการให้ความรู้เพิ่มเติมในการอธิบายสิ่งต่าง ๆ ด้วยภาษาต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสามารถสื่อสารกับพนักงานได้ การสื่อสารภาษาเกาหลี สำหรับด้านการสื่อสารทางการตลาด ยังคงโพสต์บริการด้านสุขภาพหรือแพ็คเกจบน IG และ Facebook / รูปภาพโรงแรมต่อไป โปรโมทในสนามบินของสายการบินมุติชาแนล ใช้การตลาดออนไลน์ (เช่น Google Ads, Map) ทำการตลาดแบบอินฟลูเอนเซอร์และการผสมผสานสุขภาพเข้ากับการผจญภัย โปรโมทผ่านโซเชียลมีเดีย

2. ด้านอาหาร ควรเพิ่มตัวเลือกอาหารมังสวิรัตและอาหารวีแกนที่หลากหลายที่สนามบิน

และในเมือง พัฒนาอาหารที่ดีขึ้นและเครื่องดื่มที่หลากหลาย มีชั้นเรียนทำอาหาร มีอาหารมังสวิรัตที่มีความหลากหลายมากขึ้น ส่วนด้านการให้บริการ ควรพัฒนาการให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น จัดให้มีคำอธิบายของการบริการ (การสื่อสาร) สถานที่อื่น ๆ ในภูเก็ตควรใช้บัตรมากกว่าเงินสด เนื่องจากจะช่วยปรับปรุงความสะดวกในการเปลี่ยนเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยว กำหนดราคาการให้บริการที่เหมาะสม ผลพนักงานควรมีความยืดหยุ่น เข้าใจกิจกรรมสำหรับเด็กมากขึ้น แนวทางการบริการต่าง ๆ เช่น การนัดบนท้องถนน ค่อนข้างจะน่ารำคาญในบางครั้ง สำหรับด้านระบบสาธารณะ พัฒนาการขนส่งสาธารณะที่ดีขึ้น ปรับปรุงป้ายรถเมล์และการขนส่งสาธารณะ ปรับปรุงการเชื่อมต่อพื้นที่ต่าง ๆ ในท้องถิ่นด้วยราคาถูก ในด้านลักษณะทางกายภาพ ควรปรับปรุงทางเท้า ทำความสะอาดชายหาด ไร้ไซเคิลพลาสติก ให้พื้นที่ธรรมชาติมากขึ้น การพัฒนาทรัพย์สิน ปรับปรุงสิ่งแวดล้อม กรูณารักษาสิ่งแวดล้อมให้สะอาด ปรับปรุงระดับคุณภาพและความสะอาด เพิ่มความปลอดภัยและความมั่นคงให้กับนักท่องเที่ยวที่เช่ารถจักรยานยนต์ จัดให้มีพื้นที่ที่เหมาะสม

3. ด้านการท่องเที่ยว จัดให้มีทัวร์เรือคายัคตามารัน มีจักรยานให้เช่า ทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจว่าการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมีแพ็คเกจราคาไม่แพงสำหรับทุกคน จัดให้มีตัวแทนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมให้ภูเก็ตเป็นที่รู้จักในทั่วโลกมากขึ้น สำหรับด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรพัฒนาโปรแกรมสุขภาพจิต นำเสนอสมุนไพรออร์แกนิกไทย / ค้นหาสิ่งที่พิเศษในภูเก็ต ปรับปรุงราคาเพื่อสุขภาพเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากขึ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตในระดับสากลมากขึ้น ศึกษาเงื่อนไขสำหรับการนัดของชาวมุสลิม ส่งเสริมให้ภูเก็ตเป็นที่รู้จักมากขึ้นในเรื่องการช้อปปิ้ง การโฆษณา และแคมเปญสื่อเพื่อเน้นเรื่องสุขภาพ โดยเฉพาะการนั่งสมาธิ โภชนาการรวมแพ็คเกจ ส่งเสริมในสถานที่ที่รายล้อมไปด้วยธรรมชาติ เข้าร่วมการประชุมด้านสุขภาพ ส่งเสริมสุขภาพที่ดีแก่นักท่องเที่ยว จัดให้มีศูนย์สุขภาพและฟิตเนส เพื่อโปรโมตตัวเอง ควบคุมคุณภาพของคอนนวดควรเหมาะสมกับราคา บริการสุขภาพสำหรับครอบครัวและเด็ก ๆ แนะนำหลักสูตรความเป็นอยู่ที่ดีที่บันยันทรี หรือ โรงแรมตันไทร ควรมีศูนย์โยคะในภูเก็ต จัดให้มีโปรแกรมสุขภาพครอบครัว

รายงานผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อนำเสนอผลการศึกษาตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต และ วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการสรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ให้ข้อมูลหลักที่มี

ส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ทั้งในส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคผู้ปฏิบัติการ และภาควิชาการ จำนวนทั้งสิ้น 21 คน ดังนี้

1. **ภาครัฐ** ได้แก่ ผู้แทนสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 คน ผู้แทนสำนักงานจังหวัดภูเก็ต จำนวน 2 คน ผู้แทนสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 คน และ ผู้แทนสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

2. **ภาคเอกชน** ได้แก่ ผู้แทนสมาคมสปาเพื่อสุขภาพภูเก็ต จำนวน 1 คน ผู้แทนหอการค้าจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 คน ผู้แทนสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ภูเก็ต จำนวน 1 คน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 คน ผู้แทนสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 คน ผู้แทนโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 6 คน

3. **ภาคผู้ปฏิบัติการ** ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ผู้จัดการสปา จำนวน 2 คน พนักงานสปา จำนวน 2 คน และพนักงานโรงแรม จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

4. **ภาควิชาการ** ได้แก่ ผู้แทนสถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและอื่นๆที่เกี่ยวข้อง มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จำนวน 2 คน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต 1 คน และวิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

การวิจัยครั้งนี้ได้มีแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์รายบุคคล โดยการนัดสัมภาษณ์ตัวต่อตัวประกอบไปด้วย 5 ส่วน ได้แก่ **ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ตำแหน่ง หน่วยงาน ระยะเวลาที่ทำงาน **ส่วนที่ 2** การตรวจสอบศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และบริการเสริมต่างๆ **ส่วนที่ 3** แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ มาตรฐานคุณภาพการบริการ ความปลอดภัยในการใช้บริการ อัตลักษณ์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ทักษะบุคลากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น **ส่วนที่ 4** แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ การสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กำหนดกลยุทธ์การตลาดตรงกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น **ส่วนที่ 5** ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ

ประเด็นที่ 1 ศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จากการสัมภาษณ์ สามารถแบ่งศักยภาพโดยรวมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ออกได้ตามทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว 10 As ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction), การเข้าถึง (Accessibility), กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Activities), การบริการ

เสริมด้านสุขภาพต่างๆ (Ancillaries), ที่พักแรม (Accommodation), สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities), บรรยากาศแวดล้อม (Atmosphere), การจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพ (Availability), การเป็นเจ้าภาพที่ดี (Amiability), และ การมีส่วนร่วมของพันธมิตร (Alliances)

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction)

จังหวัดภูเก็ตเป็นที่รู้จักในนามของแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับ World class ที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น คือ ทะเล ชายหาด และธรรมชาติที่สมบูรณ์ ซึ่งเหมาะสมแก่การเดินทางมาธรรมชาติบำบัด อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมากมาย เช่น สวนน้ำ การแสดงโชว์ วัดและสปา โดยภูเก็ตมีสถานบริการสปา นวดแผนไทยที่หลากหลายและมีคุณภาพ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตเป็นที่รู้จักในนามของแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกและเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติอยู่เดิม เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น คือ ทะเล ชายหาด และธรรมชาติที่สมบูรณ์ อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมากมาย เช่น สวนน้ำ การแสดงโชว์ วัดและสปา...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...โครงการ Sandbox ของจังหวัดภูเก็ต ที่กระตุ้นฟื้นคืนการท่องเที่ยวยังทำให้ทั่วโลกรู้จักภูเก็ตมากขึ้น และภูเก็ตยังเป็นเกาะ top 5 ไม่แพ้ที่ใดในโลก อีกทั้งมีหาดทรายที่สวยงาม และยังมีกีฬาทางบกและทางน้ำที่เกี่ยวข้องกับ wellness และการดูแลสุขภาพของครอบครัวเป็นอีกศักยภาพที่จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมและมีศักยภาพสูงเช่นกัน จะเห็นได้ว่าจังหวัดภูเก็ตมีการจัด event กีฬา เช่น ไตรกีฬา international Yacht Show งานแข่งรถ งานเดินวิ่ง มาราธอน เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดทางกายภาพของจังหวัดภูเก็ต...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่ในเมืองท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักในระดับโลกอยู่แล้วทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับผลพลอยได้จากจุดนี้ และสิ่งโดดเด่นที่สำคัญคือเมื่อนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จังหวัดภูเก็ตจะสามารถพบกับบริการสุขภาพทั้ง 6 ประเภท อาหารสุขภาพ ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ สปาเพื่อสุขภาพ เรียนรู้คอร์สกิจกรรมสุขภาพ ความสวยความงาม และฝึกสมาธิ ถือได้ว่าภูเก็ตตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาที่เดียวได้ครบทุกกิจกรรมเชิงสุขภาพในภูเก็ต...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่

สำคัญของภูเก็ต คือ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมทางน้ำได้มากมาย เช่น เซิร์ฟบอร์ด ดำน้ำ และในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น ได้แก่ สวนสาธารณะในย่านชุมชนและริมทะเล คลินิกเสริมความงาม โรงพยาบาล โรงแรมสุขภาพ โรงเรียนสปา ศูนย์ wellness center ร้านเสริมสวย ร้านทำเล็บ และร้านอาหารสุขภาพ...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction) ของจังหวัดภูเก็ตนั้น มีศักยภาพที่เหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและในระดับนานาชาติ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นอยู่หลายแห่ง จึงสามารถรองรับกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดี

1.2 ด้านการเข้าถึง (Accessibility)

จังหวัดภูเก็ตมีโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่ดีและมีความปลอดภัย อีกทั้งยังมีระบบสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีระบบอินเทอร์เน็ต (wifi) ในการรองรับนักท่องเที่ยวสำหรับประเด็นทางด้านการคมนาคมระหว่างประเทศนั้น มีความสะดวกสบายเนื่องจากการมีสายการบินนานาชาติและสายการบินในประเทศจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามการเข้าถึงการคมนาคมในพื้นที่จังหวัดสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสถานที่ต่าง ๆ ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร ทำให้นักท่องเที่ยวเสียเวลาในการเดินทางและต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรถสาธารณะหรือรถเช่าในอัตราที่สูง ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตมีโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่ดี ปลอดภัย ระบบสื่อสารเข้าถึง มี wifi เข้าถึง 1000 จุดและมี wifi free ทั่วหาดป่าตอง...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การเข้าถึงการคมนาคมในพื้นที่จังหวัดสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสถานที่ต่าง ๆ ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร เพราะ ต้องยอมรับว่าจังหวัดภูเก็ตยังไม่มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย มีเพียงแค่เช่ารถขับ/ขี่ รถสองแถวสาธารณะ(รถไฟฟ้าท้องถิ่น) Taxi และรถส่วนตัวรับส่งผ่าน application เท่านั้น จะเห็นได้ว่าจังหวัดภูเก็ตยังไม่มีระบบขนส่งสาธารณะน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่เอื้อต่อทุกคน และยังคงจ้างรถในราคาที่สูง...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การเข้าถึงขนส่งสาธารณะของ

จังหวัดภูเก็ตยังยากมีข้อจำกัด ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางโดยแท็กซี่ แต่ก็จะมีราคาค่าเดินทางที่แพง...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านการเข้าถึง (Accessibility) จังหวัดภูเก็ตถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่ดีและมีความปลอดภัย อีกทั้งยังมีระบบสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีระบบอินเทอร์เน็ต (wifi) ในการรองรับนักท่องเที่ยว การเดินทางจากภูมิภาคอื่นหรือประเทศอื่น ๆ มายังจังหวัดภูเก็ตสามารถเดินทางได้สะดวกโดยสายการบินทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ตยังมีข้อจำกัดด้านการให้บริการรถสาธารณะหรือรถเช่า ซึ่งปัจจุบันมีการเรียกเก็บอัตราค่าบริการในอัตราที่สูงหรือมีจำนวนเที่ยวรถในการให้บริการที่น้อย ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเสียเวลาในการรอใช้บริการแต่ละครั้ง

1.3 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Activities)

กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลาย สามารถแบ่งได้เป็นกิจกรรมด้านกีฬา ได้แก่ ออกกำลังกาย วิ่ง ไตรกีฬา มวยไทย โยคะ ซึ่งทำรายได้สูงให้กับภูเก็ต กิจกรรมด้านส่งเสริมสุขภาพ ความงาม และฟื้นฟูร่างกาย ได้แก่ Anti-aging Health checkup Dental Body screening สปา ศัลยกรรม กิจกรรมด้านอาหาร ได้แก่ เรียนทำอาหารสุขภาพ โภชนาการอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมอีเว้นท์เพื่อสุขภาพ ได้แก่ การประชุมทางการแพทย์ ตลาดนัดสุขภาพ กิจกรรมนันทนาการ ได้แก่ สวนน้ำ ขอบปิ้ง เป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...หลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 มีนักท่องเที่ยวบางส่วนนิยมมา “Workation” ที่จังหวัดภูเก็ตรวมถึงรักษาพยาบาลการมารักษาพยาบาลฟื้นฟูร่างกาย ในส่วนของกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลาย...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากมายหลากหลายแบบ สามารถแบ่งได้เป็นกิจกรรมด้านกีฬา ได้แก่ ออกกำลังกาย วิ่ง ไตรกีฬา มวยไทย โยคะ ซึ่งทำรายได้สูงให้กับภูเก็ต กิจกรรมด้านส่งเสริมสุขภาพ ความงาม และฟื้นฟูร่างกาย ได้แก่ Anti-aging Health checkup Dental Body screening สปา ศัลยกรรม กิจกรรมด้านอาหาร ได้แก่ เรียนทำอาหารสุขภาพ โภชนาการอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมอีเว้นท์เพื่อสุขภาพ ได้แก่ การประชุมทางการแพทย์ ตลาดนัดสุขภาพ กิจกรรมนันทนาการ ได้แก่ สวนน้ำ ขอบปิ้ง เป็นต้น...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคผู้ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...สปา นวดไทย และศาสตร์การแพทย์

ทางเลือก เช่น ศาสตร์การจัดการกระดูก ก็มีความโดดเด่นและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจ เนื่องจากศาสตร์การนวดของไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ มีเรื่องราว จนกลายเป็นกิจกรรมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวนิยมลองสักครั้ง...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...สปาและสปอร์ตในภูเก็ตมีศักยภาพที่หลากหลาย เช่น Beach Yoga ฟิตเนส ออกกำลังกาย วิ่งเทรล เชิร์ฟ โดยมีภาครัฐส่งเสริมในการจัดสรรพื้นที่ให้...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Activities) จังหวัดภูเก็ตถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในหลากหลายรูปแบบเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะเป็นการแนะนำโดยการบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ และมีการจัดกิจกรรมเข้าไปสอดแทรกอยู่ในรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการด้านที่พัก อย่างไรก็ตามในปัจจุบันการให้บริการในส่วนของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเหล่านี้มีการคิดอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างสูง ผู้ใช้บริการจึงจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจจริง ๆ เท่านั้น

1.4 การบริการเสริมด้านสุขภาพต่าง ๆ (Ancillaries)

จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการที่จะรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยบริการเสริมในรูปแบบต่าง ๆ และมีศักยภาพในการการจัดงานอีเวนต์ต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่ว่าจะเป็นการจัดงานโยคะสัญจรโดยหน่วยงานการท่องเที่ยวและกีฬา และงานเดินวิ่งโดยหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น นอกจากนี้จังหวัดภูเก็ตมีโรงเรียนแพทย์ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตบุคลากร Wellness Health จากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมีแนวทางในการทำ wellness center ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพในอนาคตเพื่อกระตุ้นและแสดงศักยภาพความพร้อมในการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวจะได้รับบริการสุขภาพต่าง ๆ ได้ครบจบที่เดียวเมื่อมาเที่ยวภูเก็ต ในลักษณะการบริการแบบ One stop service หรือ All in one จึงถือได้ว่าจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมครบถ้วนในศักยภาพส่วนนี้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่กล่าวว่า “...ธุรกิจเสริมจากการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาลรัฐและเอกชน ร้านนวดและสปา ศูนย์สุขภาพ คลินิกเวชกรรม ร้านทันตกรรม และร้านอาหารสุขภาพ ฮาเลล และอื่น ๆ ล้วนแล้วแต่เป็นบริการเสริมที่จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการที่จะรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ นอกจากนี้ ยังเห็นว่าจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในการการจัดงานอีเวนต์ต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่ว่าจะเป็นการจัดงานโยคะสัญจรโดยหน่วยงานการ

ท่องเที่ยวและกีฬา และงานเดินวิ่งโดยหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตมีโรงเรียนแพทย์ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตบุคลากร Wellness Health จากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และในช่วงหลัง COVID 19 ธุรกิจด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การบริการแบบ Thainess วัฒนธรรมภูเก็ต เช่น เสื้อผ้ายาบาบา อาหารท้องถิ่น ธรรมชาติ เช่น ทะเล สิ่งเหล่านี้คือศักยภาพที่ภูเก็ตมี และความโดดเด่นคือการที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวภูเก็ตแล้วได้สุขภาพที่ดีกลับไปด้วย โดยการมารักษาและพักผ่อนไปในตัว เพราะภูเก็ตมีบริการทางสุขภาพที่ครบครัน ได้แก่ โรงพยาบาลชั้นนำ ทันตกรรม ศูนย์สุขภาพ สถานที่ฝึกสมาธิและที่พักสุขภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวจะได้รับบริการสุขภาพต่าง ๆ ได้ครบจบที่เดียวเมื่อมาเที่ยวภูเก็ต ในลักษณะการบริการแบบ One stop service หรือ All in one...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ภูเก็ตมีศักยภาพการให้บริการสุขภาพที่ครบสำหรับนักท่องเที่ยวตั้งแต่ pre service, during service ตลอดจนถึง Post service ที่เชื่อมโยงกันในรูปแบบการขายแพ็คเกจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่รวมที่พัก กิจกรรม อาหาร และการบริการด้านสุขภาพอื่น ๆ...”

สามารถกล่าวสรุปได้ว่า ด้านการบริการเสริมด้านสุขภาพต่าง ๆ (Ancillaries) จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในการจัดทำบริการเสริมในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพ โดยสามารถสร้างความเชื่อมโยงในกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชน จึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้จังหวัดภูเก็ตยังเป็นแหล่งผลิตบุคลากร Wellness Health จากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมีแนวทางในการทำ wellness center ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพในอนาคตเพื่อกระตุ้นและแสดงศักยภาพความพร้อมในการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.5 ที่พักแรม (Accommodation)

จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพสูงในประเด็นของที่พักและมีที่พักที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ ทั้งในด้านราคา ระดับการบริการ และประเภทของที่พักทั่วไปทั้งถูก ภูมิหายและไม่ถูก ภูมิหาย อีกทั้งยังมีที่พักที่เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น ที่พักแนวสุขภาพหรือที่เรียกว่า Wellness Accommodation ที่ให้บริการโปรแกรมสุขภาพแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงและ

ทางอ้อมในระหว่างเข้าพักผ่อนที่มีมาตรฐานและแบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับในระดับชั้นนำของประเทศ ซึ่งในปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตได้มีจำนวนที่พักแบบ Wellness Hotel และ Resort ที่เน้นด้านกิจกรรมเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และเริ่มมีโรงแรมที่ให้บริการแพ็คเกจสุขภาพร่วมด้วยเพิ่มมากขึ้นภายหลังสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตมีที่พักที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ ทั้งในด้านราคา ระดับการบริการ และประเภทของที่พักทั่วไปทั้งถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย อีกทั้งยังมีที่พักที่เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น ที่พักแนวสุขภาพหรือที่เรียกว่า Wellness Accommodation ที่ให้บริการโปรแกรมสุขภาพแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงและทางอ้อมในระหว่างเข้าพักผ่อนที่มีมาตรฐานและแบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับในระดับ Top ของประเทศ...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตมีร้านนวดที่จดทะเบียนทั้งหมด 750 ร้าน และมีจำนวนพนักงานที่มีใบประกอบวิชาชีพ 9,800 คน ซึ่งมี demand และ supply ที่สอดคล้องกันและกันจึงทำให้ไปควบคู่กันได้” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ได้กล่าวว่า “ที่พักแรมและกิจกรรมสุขภาพ มีตัวกลางที่สำคัญ คือ เทคโนโลยีที่เป็นตัวเชื่อมประสานสร้างการรับรู้” ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 ได้กล่าวว่า “ปัจจุบันได้มีการนำบริการของโรงพยาบาลมาบูรณาการกับที่พักแรมหรือโรงแรม เพื่อให้เกิด wellness center ที่ครบวงจร (Hospital)...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...wellness hotel ในภูเก็ตมีความหลากหลายทั้งด้านการบริการและราคาทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า จังหวัดภูเก็ตได้มีการพัฒนาด้านที่พักให้รองรับการให้บริการด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยได้มีการจัดตั้งโรงแรมแบบแนวสุขภาพ (Wellness) ที่มีผู้ประกอบการคนไทยเป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งจะเห็นได้ชัดจากภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 นอกจากนี้จังหวัดภูเก็ตยังมีที่พักที่หลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้ โดยแต่ละแห่งจะมีความแตกต่างกันทั้งในด้านราคา ระดับการบริการ และประเภทของที่พัก

1.6 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตนี้นั้นมีครบและมีความเหมาะสมกับคนทุกช่วงวัย (Wellness for All) โดยจังหวัดภูเก็ตนี้นับถือได้ว่ามีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในระดับที่ดี ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อสุขภาพ สถานประกอบการมีมาตรฐาน การมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาปรับใช้ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพควรมีการเพิ่มเติมเอาใจใส่ในประเด็นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวด้วย เนื่องจาก

ความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและเรียกความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และควรปรับปรุงในเรื่องของป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และป้ายที่แสดงถึงจุดจอดรถประจำทางในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากปัจจุบันป้ายบอกทางดังกล่าวยังไม่ชัดเจน ซึ่งทำให้เกิดความไม่สะดวกและปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ทางจังหวัดได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) เพื่อรับข้อมูลร้องทุกข์สำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ช่วยอำนวยความสะดวกและสร้างความรวดเร็วในการเร่งแก้ไขปัญหา แต่ยังคงมีความซับซ้อนเข้าถึงยากทำให้ไม่เป็นที่แพร่หลาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ในประเด็นของ Application ร้องทุกข์สำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยวว่าจังหวัดได้มีการจัดทำ Application นี้ขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วในการเร่งแก้ไขปัญหา และให้ทุกคนเป็นหูเป็นตาแจ้งปัญหาในชุมชน แต่ยังคงมีความซับซ้อนเข้าถึงยากทำให้ไม่เป็นที่แพร่หลาย...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การท่องเที่ยวสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะพื้นที่ที่มีคนมามากอยู่แล้ว...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพมีครบ แต่ต้องเพิ่มเรื่องความปลอดภัยให้มากขึ้นกว่าเดิม และต้องมีการรักษาไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ (Amenities) จังหวัดภูเก็ตถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในระดับที่ดี และมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อสุขภาพ สถานประกอบการมีมาตรฐานการมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย และการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาปรับใช้โดยเฉพาะการจัดทำแอปพลิเคชันในการรับเรื่องร้องทุกข์ของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามจังหวัดภูเก็ตยังคงต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงในด้านของความปลอดภัย ป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และป้ายที่แสดงถึงจุดจอดรถประจำทางในจังหวัดภูเก็ต รวมทั้งการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันที่มีความซับซ้อนและให้สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย

1.7 ด้านบรรยากาศหรือสภาพแวดล้อม (Atmosphere)

จังหวัดภูเก็ตมีลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (world class tourism destination) ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่เรียกว่า ทะเล และมีธรรมชาติที่สวยงามเหมาะต่อการมาพักผ่อน ผ่อนคลาย

อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีอากาศดี ไม่มีฝุ่น P.M. 2.5 และมีปริมาณน้ำใช้ที่เพียงพอ จังหวัดภูเก็ตจึงมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้งยังมีศักยภาพสูงและเอื้อต่อการส่งเสริมให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ยังมองว่าปัญหาของจังหวัดภูเก็ตยังต้องเป็นหน้าที่ของเทศบาลที่ต้องเร่งพัฒนาปรับปรุง เพราะการคัดแยกขยะในพื้นที่ต่าง ๆ ในภูเก็ตยังไม่มีการจัดการแบบจริงจัง...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตมีความเป็น *luxury* มีบริการและราคาที่ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...บรรยากาศเหมาะแก่การมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สภาพแวดล้อมดี มีลักษณะทางกายภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านบรรยากาศหรือสภาพแวดล้อม (Atmosphere) จังหวัดภูเก็ตมีลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะมีบริการที่ส่งเสริมด้านสุขภาพและมีสิ่งแวดล้อม รวมทั้งบรรยากาศที่เอื้อต่อการมาพักผ่อน โดยมีบรรยากาศที่หลากหลายแบบให้นักท่องเที่ยวเลือก ทั้งนี้จังหวัดภูเก็ตสามารถพัฒนาศักยภาพให้เพิ่มมากขึ้น และสามารถส่งเสริมให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกได้

1.8 ด้านการจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพ (Availability)

การจัดรายการนำเที่ยวในภูเก็ตนั้นมีลักษณะที่ต้นทางหรือนักท่องเที่ยวจะจับคู่สร้างเส้นทางขึ้นมาเองจากการหาข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวที่มากภูเก็ตมากกว่าร้อยละ 75 ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้น จังหวัดภูเก็ตจึงให้ความสำคัญกับการทำการตลาดต่างประเทศเป็นหลักและตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นตลาดรอง ซึ่งปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตได้เร่งฟื้นฟูการท่องเที่ยวให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้น และเน้นการกระจายรายได้การท่องเที่ยวไปยังชุมชนต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น สำหรับการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อช่วยในด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ได้มีภาคเอกชนดำเนินการจัดทำแพลตฟอร์ม (platform) ชื่อ cocoept มาใช้ในการออกแบบจัดโปรแกรมนำเที่ยวแนวสุขภาพ (wellness) และการท่องเที่ยวเฉพาะพิเศษ เพื่อเอื้อต่อกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (Special interest) เช่น wellness tourism package sport tourism package และ sustainable tourism package เป็นต้น โดยเน้นการสร้าง package การท่องเที่ยวตาม demand ของนักท่องเที่ยว เช่น

ทริปเจริญสติ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการเสนอขายรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพแบบ wellness tour ยังมีอยู่จำนวนน้อยในการจัดโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่เน้นการให้บริการเฉพาะทำให้เข้าถึงยาก จึงมีความต้องการของปริมาณตลาดที่ค่อนข้างน้อย และส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมที่จัดโปรแกรมกิจกรรมสุขภาพพร้อมที่พัก ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การจัดรายการนำเที่ยวในภูเก็ตนั้นมีลักษณะที่ต้นทางหรือนักท่องเที่ยวจะจับคู่สร้างเส้นทางขึ้นมาเองจากการหาข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวที่มาภูเก็ตมากกว่า 75% คือนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นจังหวัดภูเก็ตจึงมองที่จะทำการตลาดต่างประเทศเป็นหลักและตลาดคนไทยเป็นตลาดรอง จังหวัดภูเก็ตได้เร่งฟื้นฟูการท่องเที่ยวให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้น และเน้นการกระจายรายได้การท่องเที่ยวไปยังชุมชนต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...บริษัท JTS ตอนนี้ได้ออกแบบ platform ชื่อ cocoecept มาใช้ในการออกแบบจัดโปรแกรมนำเที่ยว wellness และ ท่องเที่ยวเฉพาะพิเศษ เพื่อเอื้อต่อกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (Special interest) เช่น wellness tourism package sport tourism package และ sustainable tourism package เป็นต้น โดยเน้นการสร้าง package การท่องเที่ยวตาม demand ของนักท่องเที่ยว เช่น ทริปเจริญสติ ทริปการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตท่านหนึ่งกล่าวว่า “...มีบริษัทนำเที่ยวที่จัดโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้อยมากเพราะขาดบุคลากรส่วนใหญ่จึงเน้นไปขายโปรแกรมท่องเที่ยวแนวพักผ่อนหย่อนใจเพื่อจับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม Mass มากกว่า ซึ่งสิ่งนี้เป็นโจทย์สำคัญที่บริษัทนำเที่ยวต้องปรับตัว ทำโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นโปรแกรมทางเลือกด้วย...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านการจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพ (Availability) จังหวัดภูเก็ตมีสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำหน้าที่ในการโปรโมทการท่องเที่ยวภูเก็ตเป็นหลัก โดยจังหวัดภูเก็ตเน้นประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ขายในลักษณะภาพรวมของประเทศ อย่างไรก็ตามปัจจุบันการจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบ package ยังมีอยู่จำนวนน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโปรแกรมรวมไปกับห้องพักรั้วทั้งระยะสั้นและระยะยาว และการจัดบริการเสริมให้นักท่องเที่ยวทั้งในโรงแรมและนอกโรงแรมในลักษณะ day spa

1.9 ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Amiability)

ในประเด็นของศักยภาพการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในมุมมองของ wellness service นั้น ปัจจุบันทักษะการบริการด้านสุขภาพมีความแตกต่างกับทักษะการบริการด้านการท่องเที่ยวทั่วไป (Tourism Service) ซึ่งบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตควรเป็นการบริการที่เจาะจงเฉพาะกลุ่ม ผู้ให้บริการควรมีความรู้ด้านสุขภาพ และมีทักษะการบริการขั้นสูง อย่างไรก็ตาม ผู้คนส่วนใหญ่ยังไม่มี ความเข้าใจเชิงลึกเท่ากับภาคโรงแรม จึงยังไม่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เท่าที่ควร โดยจะเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการและประชาชนยังขาดความรู้ด้านสุขภาพองค์รวม ซึ่งแต่ละประเทศจะมีองค์ความรู้ของตนเอง และควรมีการพัฒนาการบริการเป็นการบริการเฉพาะบุคคล (Personalized service) เพื่อยกระดับการบริการด้านสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตามจังหวัดภูเก็ตนั้นถือได้ ว่ามีความพร้อมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีอย่างมาก เพราะผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการ บริการอยู่แล้ว ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ในประเด็นของศักยภาพการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในมุมมองของ wellness service ว่าปัจจุบันทักษะการบริการด้านสุขภาพมีความแตกต่างกับทักษะการบริการด้านการท่องเที่ยวทั่วไป (Tourism Service) ซึ่งบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตควรเป็นการบริการที่เจาะจงเฉพาะกลุ่ม ผู้ให้บริการควรมีความรู้ด้านสุขภาพ และมีทักษะการบริการขั้นสูง อย่างไรก็ตาม ผู้คนส่วนใหญ่ยังไม่มี ความเข้าใจเชิงลึกเท่ากับภาคโรงแรม จึงยังไม่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยวได้เท่าที่ควร นอกจากนี้แผนพัฒนาชาติของมีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูงซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในธุรกิจที่รัฐสนับสนุนอีกด้วย...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ผู้ประกอบการและประชาชนยังขาดความรู้ด้านสุขภาพองค์รวม ซึ่งแต่ละประเทศจะมีองค์ความรู้ของตนเอง และควรมีการพัฒนาการบริการเป็นการบริการเฉพาะบุคคล (Personalized service) เพื่อยกระดับการบริการด้านสุขภาพ...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...มีความพร้อมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีอย่างมาก เพราะผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการบริการอยู่แล้ว...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Amiability) ในภาพรวมของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีนั้นทำได้ดีเนื่องจากเป็นเมืองท่องเที่ยวมานาน และเป็นที่รู้จักในฐานะที่เป็น World-Class tourist destination หรือ แหล่งท่องเที่ยวระดับโลก อีกทั้ง ทุกภาคส่วนในจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ควรมี

การพัฒนาการบริการเป็นการบริการเฉพาะบุคคล (Personalized service) และพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศเพิ่มเติมโดยเฉพาะในกลุ่มผู้ปฏิบัติการ เช่น ภาษารัสเซีย เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ตระยะยาว ภาษาอังกฤษเพื่อผู้ให้บริการด้านสุขภาพโดยเฉพาะเพื่อยกระดับการสื่อสารและการให้บริการด้านสุขภาพให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น

1.10 ด้านการมีส่วนร่วมของพันธมิตรหรือเครือข่าย (Alliances)

ปัจจุบันเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตที่มีบทบาทสำคัญสามารถแบ่งได้ตามหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน ได้แก่ สมาคมสปาเพื่อสุขภาพภูเก็ตและสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ภูเก็ตทำหน้าที่ในการขับเคลื่อน สำนักงานสาธารณสุขภูเก็ตทำหน้าที่ดูแลและวางแผนเสาหลักด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพัฒนาเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการบริการส่งเสริมสุขภาพ (Medical Hub & Wellness Hub) ตามแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต รวมทั้งทำหน้าที่ในการประสานงานทุกมิติ เช่น ข้อกำหนดกฎหมายและนโยบาย เป็นต้น สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดภูเก็ตได้ทำหน้าที่ในการพัฒนาและสนับสนุนประชาสัมพันธ์ และการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ตทำหน้าที่ช่วยสนับสนุนยื่นเอกสารประสานงาน สำนักงานจังหวัดและหน่วยงานระดับภูมิภาคท้องถิ่นในพื้นที่ ทั้งนี้ได้มีการจัดทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ร่วมกันระหว่างโรงแรม โรงพยาบาล และสปาสุขภาพ เพื่อเพิ่มโอกาสการรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เข้ามาพำนักระยะยาวขึ้นอย่างครบวงจร อีกทั้งยังได้มีการบูรณาการกันทำงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐ เอกชน วิชาการ และชุมชนในการจัดทำแผนโครงการ Andaman Wellness Corridor (AWC) โดยมีภาครัฐเป็นเจ้าภาพในการจัดทำร่าง พรบ.ยกระดับกระตุ้นเพื่อพัฒนาโครงการ Andaman Wellness Corridor (AWC) ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตมีความแข็งแกร่งอย่างมากด้านเครือข่ายพันธมิตรควรเป็น *Best practice* ให้กับที่อื่น ๆ โดยมีเอกชนเป็นผู้นำ รัฐทำหน้าที่เป็นเหมือนผู้ประสานและอำนวยความสะดวกให้ระหว่างภาคเอกชนและภาคชุมชน...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ได้มีการร่วมมือกับสมาคมโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และโครงการ Andaman Wellness Corridor (AWC)...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...หน่วยงานมีการสร้าง *mou* เครือข่ายทำงานร่วมกับ ภาครัฐ ภาคชุมชน และภาคเอกชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านโครงการบริการวิชาการต่าง ๆ...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านการมีส่วนร่วมของพันธมิตรหรือเครือข่าย (Alliances) ในจังหวัดภูเก็ตทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน วิชาการ ชุมชน มีความร่วมมือกันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะการสร้างเครือข่ายทางด้านสุขภาพที่มีความร่วมมือกันในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพร่วมกัน และได้มีส่วนร่วมในการทำงานแบบบูรณาการอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดทำโครงการและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตที่เน้นย้ำด้านการพัฒนาจังหวัดสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาชาติ 20 ปี จึงทำให้จังหวัดภูเก็ตมีความชัดเจนในการดำเนินงาน เป้าหมาย ที่สามารถพัฒนาเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับจังหวัดอื่นๆได้

1.11 สิ่งที่น่าสนใจที่สุดและอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่โดดเด่นก้าวหน้าไปไกลกว่าจังหวัดอื่น ๆ มีภาคเอกชนที่เข้มแข็ง ภาครัฐทำหน้าที่เรียนรู้และแลกเปลี่ยน คนท้องถิ่นและชุมชนเป็นผู้ลงมือทำ และมีเป้าหมายที่จะปรับคุณภาพการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น โดยมุ่งเน้นผลักดันการท่องเที่ยวมูลค่าสูงที่เน้นคุณภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความคาดหวังสูง ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็เป็นหนึ่งในกลุ่มการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง และนักท่องเที่ยวปัจจุบันมีความต้องการประสบการณ์ใหม่ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่ม young traveler และ กลุ่ม family ที่นิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก มีความถนัดในการท่องเที่ยว และมีระยะเวลาท่องเที่ยวที่สั้นลง สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ของภูเก็ต คือ ความหลากหลาย เช่น ความหลากหลายทางอาหาร ความหลากหลายทางการบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งสมุนไพรรายการจะต้องนำเข้ามาจากจังหวัดใกล้เคียง เนื่องจากภูเก็ตมีพื้นที่เกษตรกรรมน้อยทำให้ ปริมาณการผลิตมีน้อยเช่นกัน และทางจังหวัดก็ไม่ได้มีความพร้อมในทุกเรื่อง ดังนั้น การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญทุกที่ควรมีเอกลักษณ์ของตนเอง ในส่วนของการยกระดับศักยภาพและภูมิปัญญาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ควรมีการนำอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมมาสอดแทรกในการตกแต่งหรือสถาปัตยกรรมในสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น การนำผ้าปาเต๊ะ มาตกแต่งในสปา การออกแบบอาคารโดยสถาปัตยกรรมชิโนยูโรเปียน การใช้ลูกประคบทราย และการจัดกิจกรรมสุขภาพ เช่น โนราบิค บ้านแขนง ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถนำมาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...สิ่งที่น่าสนใจที่สุดของจังหวัดภูเก็ตคือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย สถานบริการด้านสุขภาพ โดยเฉพาะโรงพยาบาลมีผู้เชี่ยวชาญและมีโรงพยาบาลที่ได้รับมาตรฐาน JCI มีความโดดเด่นในด้านอัตลักษณ์ของภูเก็ตที่สอดแทรกเข้าไปในการให้บริการด้านสุขภาพ สปา เช่น welcome drink ที่มีส่วนผสมของ

ลัษณะและสมุนไพร ผ้าปูเตียงที่เป็นผ้าปาเต๊ะ และออกแบบชุดพนักงานสโตร์ภูเก็ต “ยาหย่า” “บาบ่า” ที่ผสมผสานร่วมสมัยและดั้งเดิมให้ผู้ให้บริการสวมใส่ เป็นต้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าจังหวัดภูเก็ตถือได้ว่าเป็นตัวแทนของประเทศไทย เป็นศูนย์รวมของทุกภาคมาอยู่ทุ่ภูเก็ต มาภูเก็ตจบครบในที่เดียว (All in One)...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การสร้างอัตลักษณ์ของภูเก็ต คือ ความหลากหลาย เช่น ความหลากหลายทางอาหาร ความหลากหลายทางการบริการด้านสุขภาพ ความหลากหลายด้านกิจกรรม เป็นต้น ซึ่งสมุนไพรที่ใช้ในจังหวัดภูเก็ตจะนำเข้าจากจังหวัดใกล้เคียงส่วนใหญ่ เช่น ขมิ้นจากพังงาที่เป็นแหล่งปลูกขมิ้นชื่อดัง เนื่องจากภูเก็ทมีพื้นที่เกษตรกรรมน้อยทำให้ volume การผลิตมีน้อยเช่นกัน แต่ภูเก็ตก็ไม่ได้มีความพร้อมในทุกเรื่อง ดังนั้น การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญทุกที่ควรมีเอกลักษณ์ของตนเอง อัตลักษณ์รวมมีได้นิดหน่อย นอกจากนี้ยังมีความโดดเด่นของ โรงเรียนมวยไทยระดับโลก และโรงเรียนโยคะที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเชิงสุขภาพทั่วโลกมาใช้บริการอีกด้วย...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...อัตลักษณ์ที่นำมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าในรูปแบบนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตได้ ได้แก่ อาหารท้องถิ่น พืชสมุนไพร (กระเจี๊ยบเขียว หนุ่ยช้าง ส้มควาย ผักลิ้นห่าน) วิถีชีวิต (บาบ่ายาหย่า) วัฒนธรรม(ไทย จีน) ทะเลบำบัด สปาทราย (บ้านไม้ขาว) สามารถนำมาเพิ่มมูลค่าใน package ท่องเที่ยวภูเก็ตได้ เพื่อนำจุดนี้มาเป็นจุดขายให้ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตเป็นที่รู้จักและภูเก็ตควรมีการเริ่มศึกษาถึงคุณสมบัติเหล่านี้อย่างจริงจัง เพื่อนำมาต่อยอดเป็นจุดขายสปาทะเลภูเก็ต...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...อัตลักษณ์คือความเป็นไทยแบบท้องถิ่นที่ผสมผสานร่วมสมัย เช่น นวดโนรา การบริการแบบThainess การนำภูมิปัญญาพื้นบ้าน พืชหรือสมุนไพรพื้นถิ่น วิถีชีวิตดั้งเดิมที่ไม่เหมือนใคร สถาปัตยกรรมชิโนยูโรเปียน และวัฒนธรรมบาบ่ายาหย่า มาผสมผสานในการดูแลสุขภาพแบบภูเก็ต ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถนำมาเป็นอัตลักษณ์ที่นำมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตได้ให้มีความโดดเด่นไม่เหมือนใครและทำให้ลูกค้าติดใจกลับมาใช้บริการซ้ำ...”

สามารถกล่าวสรุปได้ว่า สิ่งที่น่าสนใจที่สุดและอัตลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญ 5 ประเด็น ได้แก่ **ประเด็นที่ 1** ด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกรู้จัก ถือได้ว่าเป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มาภูเก็ตจบครบในที่เดียว (All in One/Tourism for All) **ประเด็นที่ 2** ด้านความพร้อม

ของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เช่น โรงพยาบาลรัฐและเอกชนที่มีมาตรฐาน บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ ศูนย์การแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ ระบบสาธารณสุข สถานศึกษาที่ส่งเสริมด้านสุขภาพ

ประเด็นที่ 3 ด้านวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีอัตลักษณ์ความเป็นภูเก็ตที่สอดแทรกเข้าไปในการบริการ การแต่งกาย อีกทั้งยังสามารถนำวัฒนธรรมภูเก็ตดั้งเดิม อาหาร ชุดแต่งกาย มาใช้ผสมผสานกับวัฒนธรรมสมัยใหม่ได้อย่างร่วมสมัย

ประเด็นที่ 4 ด้านความเข้มแข็งของทุกภาคส่วน ภาครัฐ เอกชน วิชาการ และชุมชน

ประเด็นที่ 5 ด้านภูมิปัญญาและสมุนไพรพื้นถิ่น ในการนำมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ กิจกรรมและบริการด้านสุขภาพที่สร้างความแตกต่างให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตามยังต้องมีการพัฒนาในลักษณะการนำสิ่งเหล่านี้มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ รวมถึงการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการซ้ำมากขึ้น

1.12 สถานการณ์ปัจจุบันของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตได้มีการแบ่งภาระหน้าที่ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามความเหมาะสมของบริบทหน่วยงานต่าง ๆ และอยู่ในระหว่างการพัฒนาสู่การเป็นเมืองคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมือง Low Carbon Destination และมีความเข้มแข็งในการสร้างสถานที่โครงสร้างพื้นฐานซึ่งจะทำให้มีความมั่นคง โดยหน่วยงานสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ตได้มีมุมมองที่เพิ่มขึ้นในมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ยังคงต้องเพิ่มเติมระบบการบริหารจัดการด้านการตลาดในด้านความยั่งยืนในด้านการพัฒนาทักษะคนและการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความยั่งยืนด้วย สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตนั้น หากมีการพัฒนาที่เน้นการบริการด้าน wellness มากขึ้นและทุกภาคส่วนร่วมมือกันสร้างระบบความปลอดภัยที่ดี และมีมาตรฐานด้านสุขภาพที่ดี ก็จะสามารถสร้างความก้าวหน้าที่ยั่งยืนด้านสุขภาพให้จังหวัดภูเก็ตได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตได้มีการแบ่งภาระหน้าที่ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามความเหมาะสมของบริบทหน่วยงานต่าง ๆ และกำลังเดินทางสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก และเมืองคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืนเพื่อบรรลุเป้าหมายให้ภูเก็ตเป็นเมือง Low Carbon Destination และ Phuket Wellness Tourism Destination ในอนาคต ซึ่งขณะนี้ได้เริ่มดำเนินการกำหนดแผนพัฒนาจังหวัด 20 ปี ตามเป้าหมาย...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...มองว่าการบริหารการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งด้านการท่องเที่ยวและโรงพยาบาลมีความพร้อมมีความเข้มแข็งมั่นคงเพียงพอ ซึ่งถ้าอนาคต

โรงพยาบาลมีพัฒนาการที่เน้นการบริการด้าน wellness มากขึ้นและทุกภาคส่วนร่วมมือกันสร้างระบบความปลอดภัยที่ดี และมีมาตรฐานด้านสุขภาพที่ดี ก็จะสามารถสร้างความก้าวหน้าที่มีมั่นคงและยั่งยืนด้านสุขภาพให้จังหวัดภูเก็ตได้...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ตอนนี้การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตกำลังอยู่ในช่วงที่เริ่มพัฒนา เปลี่ยนแปลง และกำลังขยับสู่ความยั่งยืน การที่จะพัฒนาไปได้อย่างมั่นคงสำคัญคือการปูพื้นฐานความรู้ด้านสุขภาพองค์รวมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ โดยการส่งเสริมจากภาครัฐ เอกชน และวิชาการ ในลักษณะชุดความรู้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดมาตรฐาน wellness ที่ชัดเจนมากขึ้นเพื่อกำหนดกรอบให้ชัด เพราะตอนนี้กรอบมาตรฐานยังไม่ชัดเจน...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า สถานการณ์ปัจจุบันของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเริ่มมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการบริหารแบบบูรณาการซึ่งมีการแบ่งงานตามหน้าที่ขององค์กรเป็นหลัก และเริ่มให้ความสำคัญต่อประเด็นของความยั่งยืนที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้งยังมีโครงการและแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้เป็นเมืองคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืนและเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกที่มีความชัดเจนและต่อเนื่องจากภาครัฐในการกำหนดแผนและงบประมาณ ภาคเอกชนในการเสนอแนะแนวคิดและให้ความร่วมมือ ภาควิชาการในการทำวิจัย ชุดความรู้ ผลิตภัณฑ์การสู่ตลาดแรงงาน ภาคผู้ประกอบการในการต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.13 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

1.13.1 จุดแข็ง (strength) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตนั้น มีความเข้มแข็งในด้านการร่วมมือของเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงทั้งสถานพยาบาลและนวด โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพจึงสามารถให้ข้อมูลด้านสุขภาพได้โดยตรง การบริการทางการแพทย์เข้าถึงผู้ประกอบการวิชาชีพง่าย คิวหัตถการสั้นกว่าเมื่อเทียบกับต่างประเทศ มีมาตรฐาน กฎหมาย ความปลอดภัย รองรับธุรกิจสุขภาพ ควบคุมโดยสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต มีระบบการศึกษาที่พัฒนาคุณภาพบุคลากรด้านสุขภาพทั้งรัฐและเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาล วิทยาลัยแพทย์และพยาบาล หลักสูตรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศูนย์นวัตกรรมการสุขภาพและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และโรงเรียนสปา เป็นต้น มีค่าครองชีพต่ำ ราคาการให้บริการเชิงสุขภาพคุ้มค่ากับการบริการที่ได้รับ และมีคลินิกทันตกรรม/คลินิกเวชกรรม

ความงามและชะลอวัย...” ซึ่งมีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ความเชื่อมั่นในด้านสาธารณสุขของประเทศไทยได้รับการยอมรับอยู่ในลำดับที่ 10 ของโลก แต่ลำดับความปลอดภัยด้านบริการท่องเที่ยวของไทยยังเป็นจุดอ่อนอยู่ในลำดับที่ไม่ดีนัก ซึ่งประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาด้านความปลอดภัยอีกโดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดภูเก็ตที่เป็นจุดหมายยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ความพร้อมของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตได้มาตรฐาน JCI ที่เป็นที่ยอมรับระดับสากล บุคลากรมีความเชี่ยวชาญสูง และเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติหลากหลาย ความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม ไทย จีน มุสลิม เหมาะกับทุกเพศทุกวัย...”

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...พนักงานส่วนใหญ่มีการปูพื้นฐานสปาสุขภาพมาดีอยู่แล้ว เนื่องจากมีการคัดเลือกผู้ให้บริการผ่านการคัดกรองจากการอบรมผ่านใบวิชาชีพ และบุคลากรมีคุณภาพและประสบการณ์ทำงาน โดยมีการจัดอบรมระดับเขตพื้นที่เพื่อเสริมองค์ความรู้เรื่อยๆ จึงมั่นใจได้ถึงคุณภาพในการให้บริการด้านสุขภาพ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในธุรกิจสุขภาพและบริการมานาน และได้มีการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวมานานถือได้ว่าการตลาดของภูเก็ตมาไกลแล้วติดตลาดโลก...” และผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การเป็น TOP 5 tourist destination ทำให้จังหวัดภูเก็ตได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวระดับต้นๆ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีความหลากหลายของทรัพยากรทำให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะพิเศษหลายประเภท มีภูมิปัญญา พืชสมุนไพรของSpa , Wellness, และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์อย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอาหารถิ่น ทำให้จังหวัดภูเก็ตมีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์และความเข้มแข็งให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต...”

สามารถกล่าวสรุปได้ว่า ด้านจุดแข็ง จังหวัดภูเก็ตมีจุดแข็งที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพสูง ทั้งในด้านสถานที่ บุคลากร กิจกรรมสุขภาพ คุณภาพการบริการ ความเป็นวัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวก ความมีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งการมีจุดแข็งในด้านอื่น ๆ ซึ่งจุดแข็งเหล่านี้สามารถพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีประสิทธิภาพและช่วยสร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดภูเก็ตได้เป็นอย่างดี จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ผู้วิจัยได้สรุปและนำเสนอผลการวิเคราะห์จุดแข็งที่สำคัญในแต่ละข้อย่อยออกมาได้ ดังนี้

- ความเข้มแข็งในด้านการร่วมมือของเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปัจจุบัน

เครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตที่มีบทบาทสำคัญสามารถแบ่งได้ตามหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน ได้แก่ สมาคมสปาเพื่อสุขภาพภูเก็ตและสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ ภูเก็ตทำหน้าที่ในการขับเคลื่อน สำนักงานจังหวัดภูเก็ตและสำนักงานสาธารณสุขภูเก็ตทำหน้าที่ดูแลและวางแผนหลักด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และประสานงานทุกมิติ เช่น ข้อกำหนดกฎหมายและนโยบาย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดภูเก็ตและสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ตทำหน้าที่ในการพัฒนาและสนับสนุนประชาสัมพันธ์และการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ตทำหน้าที่ช่วยสนับสนุนยื่นเอกสารประสานงาน ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าหน่วยงานระดับภูมิภาคท้องถิ่นในพื้นที่ องค์กรทุกภาคส่วนมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการเพื่อเป้าหมายที่จะพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการบริการส่งเสริมสุขภาพ (Medical Hub & Wellness Hub) ตามแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต 5 ปี และ 20 ปี ผลจากการร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้จะเห็นได้จากความสำเร็จของโครงการ Phuket Sand Box ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากและแสดงถึงความเข้มแข็งและประสิทธิภาพในด้านเครือข่ายความร่วมมือของเครือข่าย 18 องค์กรในจังหวัดที่จับมือกันผลักดันการท่องเที่ยว โดยสิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความเชื่อมั่นของประเทศไทยในด้านความปลอดภัยและระบบสาธารณสุขที่สามารถเป็นที่ยอมรับในระดับสากลได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ในภาควิชาการยังมีการศึกษา วิจัย และพัฒนาหลักสูตรที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับสายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม อาทิเช่น การจัดตั้งศูนย์สปาและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพลงในหลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาในระดับต่างๆ การจัดตั้งศูนย์สุขภาพอันดามัน และมีระบบการศึกษาที่พัฒนาคุณภาพบุคลากรทั้งรัฐ เอกชน และประชาชนที่มีความพร้อมที่จะพัฒนาตนสู่การเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาพรวมของจังหวัดภูเก็ตและประเทศไทย

- ความได้เปรียบในด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

หลากหลาย ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยว คุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวทำให้เหมาะกับการท่องเที่ยวหลายประเภท และมีอากาศดีเหมาะแก่การเดินทางมาเที่ยวและพักผ่อน ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดในหาน หาดป่าตอง หาดราไวย์ เกาะเฮ เกาะราชา เป็นต้น ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระนางสร้าง วัดไชยธาราราม (วัดฉลอง) วัดพระทอง (วัดพระผุด) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหกรรม และปรากฏการณ์สำคัญ ได้แก่ ประเพณีพ็อดอ ประเพณีปล่อยเต่า ประเพณีลอยเรือชาวเล ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการสุขภาพ ได้แก่ ระบบสาธารณสุขภูเก็ต ระบบGPSบอกทาง อินเทอร์เน็ตเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทางชัดเจนและสะดวก อีกทั้งยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับบริการเสริมด้านการท่องเที่ยว

เชิงสุขภาพที่หลากหลาย เช่น คลินิกสุขภาพ ที่พักเชิงสุขภาพ ร้านอาหาร โรงพยาบาล โรงเรียนสอนโยคะ โรงเรียนสอนมวยไทยระดับโลก โรงพยาบาลรัฐและเอกชน ร้านอาหารสุขภาพ และทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพ เช่น ศึกษาเรียนรู้ฟาร์มกุ้งมังกรเจ็ดสี การเรียนโนราบิค การเรียนมวยไทย พายเรือคายัคชมป่าชายเลน เรียนรู้การทำอาหารพื้นเมืองภูเก็ต เรียนรู้การทำอาหารสุขภาพและสมุนไพรไทย การทำสปาทราย การนวดแผนไทย การฝึกจิตสมาธิ เป็นต้น นอกจากนี้ จังหวัดภูเก็ตยังมีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีการอยู่ร่วมกับแบบพหุวัฒนธรรมที่ชัดเจน ไทย จีน มุสลิม และมีความเป็นนานาชาติ ทำให้เอื้อต่อนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกชาติ ทุกศาสนา ดังนั้นศักยภาพทางพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ตจึงมีความพร้อมและเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ครบทุกมิติสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

- ความมีชื่อเสียงเป็นเมืองท่องเที่ยวที่รู้จักในระดับโลก จังหวัดภูเก็ตได้รับการจัดอันดับให้เป็น หนึ่งในห้าจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวโหวตให้มากที่สุด (TOP 5 tourist destination) เนื่องจากมีความพร้อมทุกด้านในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและอื่นๆ ซึ่งจังหวัดภูเก็ต (Phuket) มีลักษณะเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ตั้งอยู่ในภาคใต้ของประเทศไทย ในทะเลอันดามันและมหาสมุทรอินเดีย สามารถในการเดินทางเข้าถึงที่สะดวกสบายและหลากหลายทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ มีท่าเรือ 38 แห่ง มาริน่า 5 แห่ง มีสนามบินนานาชาติ 1 แห่ง และมีทางเข้าออกทางบกทางเดียว คือ ด้านท่าฉัตรไชย มีสะพานสารสินเชื่อมต่อระหว่างจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดพังงา อีกทั้งมีเกาะบริวารโดยรอบน้อยใหญ่มากมายที่สวยงามและโด่งดังไปทั่วโลก มีประชากร 416,582 คน มีสภาพอากาศแบบมรสุมเขตร้อน มี 2 ฤดูกาล คือ ฤดูร้อน และฤดูฝน จึงสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ประชากรนับถือศาสนาพุทธเป็นส่วนใหญ่ ศาสนาอิสลาม และศาสนาคริสต์ นอกจากนี้ยังมีคนไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีความเชื่อ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี อาหารท้องถิ่น ผลไม้ท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ อาหารทะเลท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ มีหาดที่มีชื่อเสียงและที่โดดเด่น มีโรงพยาบาลรัฐและเอกชน มีสถานศึกษาทุกระดับชั้น และมีที่พักหลากหลายแบรนด์ดังทั่วโลก อีกทั้งเป็นพื้นที่ดึงดูดนักลงทุนทั่วโลกมาทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในธุรกิจสุขภาพและบริการมานาน และได้มีการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวมานานถือได้ว่าการตลาดของภูเก็ตมาไกลจนติดตลาดโลก อีกทั้งยังมีสถานประกอบการด้านสุขภาพที่มีมาตรฐานระดับโลก World Class Destination จึงทำให้รายได้หลักของจังหวัดภูเก็ตมาจากการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้จังหวัดภูเก็ตจึงได้ชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงโด่งดังเป็นที่รู้จักในระดับโลกมาอย่างยาวนาน

- มีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงด้านบริการสุขภาพและส่งเสริมสุขภาพ บุคลากรมีคุณภาพและประสบการณ์ทำงานการคัดเลือกผู้ให้บริการผ่านการคัดกรองจากการอบรมผ่านใบวิชาชีพ มีมาตรฐานในการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพ เช่น พนักงานนวดจะต้องผ่านการ

อบรมและมีใบประกอบคุณวุฒิวิชาชีพ 150 ชม. ออกโดยกระทรวงสาธารณสุข มีนัก therapist ที่มีประสบการณ์ เชี่ยวชาญด้าน treatment จำนวนมาก 4) มีมาตรฐานการบริการและมีความปลอดภัย การจัดคอร์สอบรมบุคลากรด้านสุขภาพต่างๆ เพื่อพัฒนาบุคลากรคุณภาพที่มีมาตรฐาน

- **มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายและครบครัน** ทั้งที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม สถานที่ท่องเที่ยว โรงเรียนหรือสถาบันสอนศาสตร์ต่างๆด้านสุขภาพ สปา คลินิก โรงพยาบาล มีโรงพยาบาลที่ผ่านมาตรฐาน JCI ระดับโลก มีคลินิกทันตกรรม/คลินิกเวชกรรม ความงามและชะลอวัยมีหลักสูตร spa therapist และ spa manager เปิดอบรม สาธารณูปโภค พื้นฐานทั้ง ถนน สนามบิน น้ำ ไฟ อินเทอร์เน็ต มีสถานบริการทางการแพทย์มีมาตรฐานและมีความพร้อม มีสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรผลิตแพทย์และพยาบาล

- **มีมาตรฐาน กฎหมาย ความปลอดภัย รองรับธุรกิจสุขภาพ** การบริการทางการแพทย์เข้าถึงผู้ประกอบการวิชาชีพง่ายเมื่อเทียบกับต่างประเทศ คิวหัตถการสั้นกว่าต่างประเทศราคาคู่แข่งกับการบริการ

1.13.2 จุดอ่อน (weakness) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ระบบการจ้างงาน ในปัจจุบันควรเอื้อคนไทยด้วยกันมากกว่าต่างด้าวและแรงงานราคาถูกเข้ามาทำงานในภูเก็ตแย่งอาชีพคนในพื้นที่ ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตประสบปัญหาประชากรแฝงที่เดินทางเข้ามาทำงานด้านการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดภูเก็ตจำนวนมากทำให้คนในท้องถิ่นขาดโอกาส รวมถึงประเทศไทย กฎหมายการจ้างงานและกฎหมายด้านการท่องเที่ยวและบริการยังไม่เข้มแข็งพอทำให้ต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจจำนวนมาก ซึ่งกำลังจะเป็นปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อจังหวัดภูเก็ตในระยะยาว นอกจากนี้ ผู้ให้บริการด้านสุขภาพส่วนใหญ่มีปัญหาในการสื่อสารด้านภาษา จึงได้มีการจัดอบรมโดยภาครัฐเพื่อสนับสนุนให้มีทักษะมากขึ้น หลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 จังหวัดภูเก็ตมีปัญหาแรงงานหวนกลับมาในสายอาชีพ wellness น้อยลงเป็นเพราะเปลี่ยนสายงานอาชีพและกลับถิ่นฐาน อย่างไรก็ตาม คนในพื้นที่ยังไม่มี การรับรู้ทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากเป็นศัพท์และความรู้เฉพาะในกลุ่มภาครัฐ เอกชน และวิชาการจึงส่งผลให้ คนในพื้นที่ยังไม่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเท่าที่ควร...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...เรายังขาดองค์ความรู้ความเข้าใจด้าน wellness องค์กรของผู้นำเที่ยว ผู้นำเที่ยวหรือไกด์อย่างน้อยควรมีความรู้พื้นฐาน wellness เพื่อสามารถให้คำแนะนำเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยวได้ อีกทั้งยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการอีก

ด้วย เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวจองทัวร์บริษัทควรมีข้อมูลสุขภาพของนักท่องเที่ยวเบื้องต้นด้วยเพื่อความปลอดภัยและลดความเสี่ยงระหว่างการท่องเที่ยว และไกด์ควรจะทำแบบสอบถามข้อมูลสุขภาพเบื้องต้นของลูกค้าเพื่อที่จะจัดอาหารและแนะนำกิจกรรมบริการด้านสุขภาพบริการที่เหมาะสมรายบุคคลได้ ซึ่งสิ่งนี้จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตให้มีความแตกต่างและมีมูลค่าสู่การท่องเที่ยว แบบ Premium wellness ในอนาคต...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคผู้ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตยังขาดบุคลากรในสายงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความรู้เชิงลึกในศาสตร์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น การฝึกสมาธิ โภชนาการ เป็นต้น ส่วนบุคลากรที่มีประสบการณ์ในสายงานนี้ก็มีอัตราการ turnover บ่อยเนื่องจากมีอายุมาก บุคลากรใหม่ที่เข้ามาทำงานด้านนี้ก็ยังมีความรู้ไม่เพียงพอและมียังจุดอ่อนด้านภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร ในส่วนของการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพสูงแต่ก็ยังขาดความเชื่อมโยงของภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ เพราะต่างคนต่างทำไม่เชื่อมโยงกัน นอกจากนี้ การตลาดของจังหวัดภูเก็ตในการโปรโมทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติยังน้อย ควรมีการจัดงานอีเวนต์ การประชุมวิชาการ นิทรรศการ หรืองานแฟร์ ด้าน wellness เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในระดับโลก...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ศักยภาพบุคลากรยังต้องมีการพัฒนาอีกโดยเฉพาะทักษะอบรมเชิงปฏิบัติการและทฤษฎีเพื่อให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะการนวดและสุขภาพองค์รวมและจำเป็นจะต้องผ่านการสอบได้ใบประกอบวิชาชีพทุกคน เนื่องจากภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตยังมีภาพลบสโลว หรือ สโลว์แฟกการบริการอื่นซึ่งถือเป็นจุดอ่อนที่ภูเก็ตต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วน และอีกจุดอ่อนที่สำคัญคือจังหวัดภูเก็ตกำลังประสบปัญหา over tourism เนื่องจากไม่มีการสำรวจขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจนทำให้ปัจจุบันภูเก็ตเกิดปัญหาจราจรติดขัดอย่างหนักและมลภาวะทางอากาศจำเป็นต้องมีการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน...”

สามารถกล่าวสรุปได้ว่า ด้านจุดอ่อน ในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตนั้นยังมีจุดอ่อนในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารจัดการที่ขาดความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงาน ด้านบุคลากรที่ไม่เพียงพอและขาดทักษะไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดแรงงาน ด้านการใช้นวัตกรรมยังไม่มีทำให้ไม่แปลกใหม่ ด้านการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ตอนนี้ยังไม่ชัดเจนจึงเน้นการเสนอความหลากหลายของทรัพยากรและวัฒนธรรมเดิม จึงทำให้ภาพลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังไม่ชัดเจน การโปรโมทแก่นักท่องเที่ยว ด้านองค์

ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพยังต้องพัฒนาเพื่อสร้างผู้เชี่ยวชาญให้มีจำนวนมากขึ้นสอดคล้องกับตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัด ด้านการประชาสัมพันธ์ควรสร้างช่องทางที่หลากหลายมากขึ้นอาจมีการสร้าง soft power ในการโปรโมทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เกิดให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น และ ด้านทรัพยากรธรรมชาติที่เริ่มมีความเสื่อมโทรมจำเป็นต้องมีแผนในการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใหม่ในจังหวัดภูเก็ตเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างการรับรู้ในวงกว้างขึ้น จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ผู้วิจัยได้สรุปและนำเสนอผลการวิเคราะห์จุดแข็งที่สำคัญในแต่ละข้อย่อยออกมาได้ ดังนี้

- **ขาดความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงาน** ปัจจุบันการดำเนินงานของจังหวัดภูเก็ตในส่วนต่างๆทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาชน มีความเข้มแข็งและมีการทำการดำเนินการและบทบาทหน้าที่ของแต่ละภาคส่วนอย่างชัดเจน แต่ยังขาดความเชื่อมโยงในมิติของการร่วมมือกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทำให้การเติบโตของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้อาจเกิดจังหวัดภูเก็ตได้มีแนวทางในการเชื่อมโยงการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับพื้นที่ใกล้เคียงอีกด้วย เพื่อเพิ่ม Carrying Capacity ชิดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และเพื่อแลกเปลี่ยนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพร่วมกัน ในลักษณะ Cluster โดยมีแนวทางเชื่อมโยงระบบ logistic กับจังหวัดใกล้เคียง เช่น พังงา กระบี่ ทั้งทางบกและทางน้ำ เพื่อลดความแออัดของนักท่องเที่ยว ดังนั้นแต่ละภาคส่วนจึงควรตระหนักและหันมาร่วมมือกันไม่เพียงแค่บูรณาการการทำงานและงบประมาณร่วมกันแต่ต้องหันมาใส่ใจในการสร้างเครือข่ายในวงกว้างมากขึ้น เพื่อร่วมพัฒนาคุณภาพและภาพลักษณ์เสน่ห์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้ออกสู่สายตานักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่น การรับรู้ แรงจูงใจ ให้รู้จักจังหวัดภูเก็ตในมุมมองของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แท้จริงมากขึ้น

- **บุคลากรผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีจำนวนไม่เพียงพอ** บุคลากรที่มีประสบการณ์เฉพาะด้านสุขภาพ 6 มิติในจังหวัดภูเก็ตยังมีจำนวนไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับความต้องการของตลาดแรงงานในจังหวัด จึงทำให้สิ่งนี้เป็นอีกข้อจำกัดในการเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมไปถึงอัตราค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ไม่ยั่งยืนและยังน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศส่งผลให้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญบางส่วนเลือกที่จะออกไปทำงานสายสุขภาพในต่างประเทศ และยังมีบุคลากรบางกลุ่มที่มีอายุมากขึ้นทำให้เลิกทำอาชีพนี้ สิ่งนี้จึงถือได้ว่าเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการขาดแคลนแรงงานด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะสายงานสปา นักบำบัด นักโภชนาการ เป็นต้น

- **ทักษะของบุคลากรไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดแรงงาน** การผลิตบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในสายงานด้านสุขภาพจำเป็นต้องใช้เวลาในการบ่มเพาะพนักงานที่มีคุณภาพและ

ประสบการณ์ เนื่องจากบุคคลากรเดิมที่มีประสบการณ์มีอายุมากขึ้นและบ้างก็เลิกทำงานสายงานนี้ และช่วงสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ขาดช่วงในการพัฒนาบุคลากรใหม่ ดังนั้น ความต้องการของตลาดแรงงานประเภทนี้ที่สูงขึ้นในจังหวัดภูเก็ตในช่วงหลังสถานการณ์โควิด-19 จึงไม่พอเพียงพอต่อความต้องการส่งผลให้เป็นการเร่งกลุ่มบุคลากรใหม่ที่ยังมีประสบการณ์ไม่มากต้องเริ่มทำงานเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ร่วมกับการปฏิบัติงานจริง

- **ขาดการใช้นวัตกรรม** นวัตกรรมสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ นวัตกรรมทางความคิด และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ต้องยอมรับว่านวัตกรรมที่นำมาประยุกต์ใช้ในสายงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่จะเป็นนวัตกรรมทางความคิดมากกว่า นวัตกรรมทางเทคโนโลยี เนื่องจากต้องใช้คนในการปฏิบัติงานเป็นหลักและเป็นบริการที่เน้นมอบประสบการณ์สัมผัสทั้ง 5 รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส แก่ผู้ใช้บริการ ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตจึงได้เริ่มมีแนวคิดในการที่จะริเริ่มนำทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญาที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาปรับใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความแตกต่าง และประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การออกกำลังกายแบบโนราบิคและร่อนแร่ สปาทราย พัฒนาผลิตภัณฑ์จากส้มแขก กระเจียวเขียว ดอกดาหลา และสับปะรดภูเก็ต สป่าดิบบุก อาหารและสมุนไพรรักษาโรค เป็นต้น มาพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตในอนาคต

- **เน้นการเสนอความหลากหลายของทรัพยากรและวัฒนธรรมเดิมจนขาดความโดดเด่น** จังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบทำให้ขาดความโดดเด่น จังหวัดจึงได้มีการจัดทำแผนแม่บทเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยจังหวัดภูเก็ตได้แบ่งเสาหลักการพัฒนาออกเป็น 10 เสาหลัก ได้แก่ G (Gastronomy) E (Education) M (Maritime Destination Hub) M (Medical & Wellness Hub) M (MICE City) S (Smart City) S (Sports Tourism) S (Smart SMEs) F (Fisheries Hub) F (Fusion Farm) และ T (Tourism) เพื่อกำหนดจุดยืนและสร้างความโดดเด่นให้กับการท่องเที่ยว ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยแนวทางเหล่านี้จะช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้มีความชัดเจนสร้างความโดดเด่นมากขึ้น

- **ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังไม่ชัดเจน** ภูเก็ตมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่น คือ การเป็นเมืองตากอากาศระดับโลกในมุมมองของนักท่องเที่ยวทั่วโลกมาเป็นระยะเวลานาน การที่จะสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และไว้วางใจนั้นต้องอาศัยเวลาสั่งสมให้มีความพร้อมทุกด้าน โดยทุนเดิมประเทศไทยมีชื่อเสียงในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับต้นๆของเอเชียจึงทำให้เป็นโอกาสของจังหวัดภูเก็ตในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต แต่อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์และความแตกต่างนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและทรัพยากรที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ยังไม่ถูก

กลั่นกรองนำมาใช้อย่างจริงจัง เช่น สมุนไพร ผักและผลไม้ ศิลปวัฒนธรรม การแต่งกาย การออกแบบสถาปัตยกรรม เป็นต้น จึงทำให้ภาพลักษณ์ยังไม่ชัดเจนเท่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคเหนือและภาคใต้ในจังหวัดที่มีบ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ เช่น ระนอง กระบี่ ที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนกว่า

- ขาดการโปรโมทแก่นักท่องเที่ยวและขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่

หลากหลาย การรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างชาติที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตยังอยู่ในวงแคบและยังขาดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างเนื่องจากเพิ่งเริ่มมีนโยบายที่จะพัฒนาเป็น Health and Wellness hub ตามแผนพัฒนาต่างๆของประเทศไทยเมื่อไม่กี่ปีมานี้ทำให้หน่วยงานต่างๆเริ่มกำหนดนโยบายทำความเข้าใจและหันมาสนับสนุนจึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตยังอยู่ในช่วงที่กำลังเริ่มต้นพัฒนาและสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว โดยปัจจุบันได้เริ่มมีการสอดแทรกและนำเสนอทางเลือกโปรแกรมสุขภาพไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวหลักมากขึ้น ดังนั้น การทำแผนการตลาดและความร่วมมือกันเพื่อโปรโมทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตที่ทันสมัยควบคู่กับความยั่งยืนผ่านช่องทางการโปรโมทที่หลากหลายจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก

- ทรัพยากรธรรมชาติเริ่มมีความเสื่อมโทรม นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

เป็นจำนวนมากส่งผลโดยตรงและทางอ้อมแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหนักจนฟื้นฟูไม่ทัน และส่วนหนึ่งก็เกิดจากพฤติกรรมของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว อาทิเช่น การลักลอบปล่อยน้ำเสียลงทะเลและคลองชุมชน ปะการังนิเวศทางทะเลเสื่อมโทรม การทิ้งขยะ การสร้างสิ่งปลูกสร้างในพื้นที่ธรรมชาติ มลพิษทางอากาศจากการจราจร เป็นต้น จึงควรมีการเคร่งครัดในกฎหมายและกำกับติดตามอย่างใกล้ชิดโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกำหนดแผนการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้มีความเข้มงวดมากขึ้นและนำไปสู่การปฏิบัติจริงในอนาคต

1.13.3 โอกาส (Opportunity) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...หลังสถานการณ์โควิด-19 จังหวัดภูเก็ตมีแผนปรับตลาดสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูงที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณนักท่องเที่ยว โดยมีความต้องการเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง (High Value Tourist) ซึ่งจะสามารถสร้างโอกาสที่ดีให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตเนื่องจากเป็นหนึ่งในประเภทของการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง จึงทำให้ได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนในการผลักดันให้เป็น medical & wellness hub ในอนาคต อีกทั้ง ภาครัฐยังร่วมกับเอกชนในการทำ road show เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยภาคเอกชนนำเสนอความต้องการ ส่วนภาครัฐเป็นฝ่ายสนับสนุนและกำหนดทิศทาง...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ภาคเอกชนผลักดันนโยบายภาครัฐอย่างเต็มที่โดยร่วมกันกำหนดแผนเฉพาะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ต การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้โฟกัสตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงมากขึ้น และได้มีการกำหนด KPI เป้าหมายและงบประมาณของภาครัฐอย่างชัดเจนที่เน้นย้ำในการใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งความร่วมมือจากทุกภาคส่วนดังกล่าวจะยิ่งเพิ่มโอกาสทำให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและรวดเร็วขึ้นอย่างแน่นอน...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐผู้ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในจังหวัดภูเก็ตได้ผลักดันท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีคุณภาพระดับโลก โดยมีการจัดอบรม มีนโยบายสนับสนุน โปรโมทให้สปากูเกิดเป็นสปาสีขาวที่ถูกกฎหมายไม่มีการบริการแฝงสภาพาจาราเดิมที่เป็นสปาสีเทา มีการทำการตลาดนำเสนอภาพลักษณ์ที่สื่อถึงศักยภาพ อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตออกไป...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ยุทธศาสตร์และนโยบายรัฐเน้นย้ำการพัฒนาและสนับสนุน Medical และ Wellness Hub จังหวัดภูเก็ตทั้งในระดับชาติ อันตามันและจังหวัดอย่างชัดเจน นอกจากนี้โรคระบาดยังทำให้วิถีชีวิตคนเปลี่ยนมาดูแลสุขภาพมากขึ้น หันมาตรวจร่างกายออกกำลังกายเยอะขึ้น business + Leisure stay + workation โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใช้จ่ายค่อนข้างมากกว่านักท่องเที่ยวปกติและเป็นนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงและพำนักระยะยาว สังคมโลกก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ และการเข้ามาของเทคโนโลยี AI VR จะสามารถช่วยในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตออกไปได้ชัดเจนและง่ายขึ้น...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านโอกาส จังหวัดภูเก็ตได้รับการจัดสรรงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และได้รับโอกาสที่ดีจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้นภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 และได้มุ่งเน้นการทำการตลาดเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในระดับโลก ระดับชาติและระดับท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับสามารถก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกในอนาคตได้ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ผู้วิจัยได้สรุปและนำเสนอผลการวิเคราะห์จุดแข็งที่สำคัญในแต่ละข้อย่อยออกมาได้ ดังนี้

- ได้รับการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หลังจากรัฐบาลได้มีนโยบายพุ่งเป้าไปในการพัฒนาและ

ส่งเสริม Andaman Wellness Corridor (AWC) และจังหวัดภูเก็ตได้มีเป้าหมายในการพัฒนาเป็น Health & Wellness hub จึงทำให้เริ่มมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อมาพัฒนาและส่งเสริมให้เป็น รูปธรรมมากขึ้น

- ได้รับโอกาสที่ดีจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เริ่มหันมา ให้ความสนใจในด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 และการที่ โลกก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้ทุกคนเริ่มหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยน พฤติกรรมดูแลตนเองจากภายในสู่ภายนอกทั้งการกิน การอยู่ ความสวยงาม การออกกำลังกาย

- ได้มุ่งเน้นการทำการตลาดเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับโลก ระดับชาติและระดับท้องถิ่น จากการที่ทุกภาคส่วนเริ่มหันมาใส่ใจและลงทุนธุรกิจสุขภาพมากขึ้น ทำให้รัฐได้รับงบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ต จึงได้เริ่มทำ การตลาดเชิงรุก โดยการไปประชาสัมพันธ์ Road show ที่ต่างประเทศ และได้รับงบประมาณในการ มาพัฒนาทักษะบุคลากรเพื่อผลิตบุคลากรใหม่สู่ธุรกิจสุขภาพมากขึ้นด้วย

1.13.4 อุปสรรค (Threats) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ความรู้ความเข้าใจของ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังไม่กระจ่างทำให้เข้าใจได้ไม่ดีพอ และการผลักดันของภาครัฐ เป็นไปได้ยากเนื่องจากยังติดอุปสรรคด้านกระบวนการและนโยบายของผู้บริหารในแต่ละหน่วยงาน รัฐ...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ภูเก็ตยังติดภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยวแบบเดิม Sun Sand Sea ซึ่งจะทลายภาพลักษณ์นี้ได้ยาก ภูเก็ตจึงต้องใช้ภาพจำนี้ไปโรมท ไปควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้มากขึ้น...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคผู้ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ผู้ให้บริการยังไม่มี ความรู้ความเข้าใจถึงข้อปฏิบัติและข้อจำกัดการให้บริการสปาและสุขภาพอื่นๆแก่นักท่องเที่ยวในแต่ละ กลุ่มศาสนา เนื่องจากตลาดใหม่ของไทยเป็นกลุ่มอาหรับ ซาฮูดีอาราเบีย ที่มีความเคร่งในข้อปฏิบัติ เช่น ชายนวดชาย หญิงนวดหญิง สถานที่ให้บริการต้องมิดชิด เป็นต้น การจัดสรรงบประมาณการ ส่งเสริมของภาครัฐที่แจกจ่ายกลับมาให้จังหวัดภูเก็ตในแต่ละปีไม่เพียงพอ โดยภูเก็ตมีรายรับเยอะเป็น อันดับ 1 แต่พืฯฯฯได้จัดการตัวเอง เงินงบประมาณลงเต็ม ซึ่งต่างจากภูเก็ต ที่ได้งบประมาณน้อยทั้งที่ ทำรายได้ให้ประเทศได้มาก และ ปัญหาการตัดราคากันในธุรกิจเดียวกัน เนื่องจากยังมีกฎหมาย รองรับในการเข้าควบคุมมาตรฐานราคากลางของบริการสุขภาพประเภทต่างๆ...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...จังหวัดภูเก็ตยังขาด Lab ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่ระดับสากลโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชน เนื่องจากยังไม่มี การผลักดันผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของไทยโดยคนไทยไปสู่มาตรฐานระดับสากลที่ ต่างชาติยอมรับซึ่งถ้าสามารถผลักดันเป็นสินค้าส่งออกได้จะสร้างรายได้แก่ประเทศและพัฒนา คุณภาพชีวิต สร้างอาชีพ รายได้ให้ชุมชนมากขึ้น การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชน และระดับท้องถิ่นยังกระจุกเป็นกลุ่มไม่มีการกระจายรายได้ และภาคเอกชนยังมองแต่ภาพการพัฒนา ภายนอกไม่มองภายใน เช่น พัฒนาทักษะและความรู้ของบุคลากร พัฒนานวัตกรรม พัฒนาวิจัย...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ด้านอุปสรรค ในการพัฒนาและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตยังขาดภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ ได้รับงบประมาณอย่างจำกัดจากหน่วยงานภาครัฐ อีกทั้งยังพบปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนา บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- **การพัฒนา Lab ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว** การพัฒนางานวิจัย ผลิตภัณฑ์ บริการ และนวัตกรรม เป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ คุณภาพ และความเชื่อมั่นให้กับ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตในระดับโลกได้ แต่จังหวัดภูเก็ตยังไม่มี การพูดถึงและไม่ มีงบประมาณในส่วนนี้

- **กฎหมายล้าหลัง ไม่ครอบคลุมบริการด้านสุขภาพ** สิ่งนี้เป็นอุปสรรคในการ ดำเนินงานของบุคลากร และสถานประกอบการสุขภาพประเภทต่างๆ เนื่องจากการแก้ไขกฎหมาย บางเรื่องเป็นไปได้ยากมีกระบวนการนาน ซับซ้อน ต้องรออนุมัติหลายขั้นตอน และกฎหมายที่มียังไม่ ครอบคลุมและชัดเจนเพียงพอ ทำให้ปัญหาการประกอบธุรกิจสปาสี่เทา (มีการให้บริการแฝงที่ผิด กฎหมาย) ยังเกิดขึ้น และยากต่อการจะรณรงค์การประกอบธุรกิจสปาสีขาว (ถูกกฎหมาย ไม่มีบริการ แฝง)

- **แอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** สิ่งนี้จะ เป็นสิ่งที่ช่วยคัดกรอง คุณภาพของสถานบริการ และ ผู้ให้บริการ เพื่อยกระดับมาตรฐานและสร้าง การเข้าถึงที่ง่ายขึ้นให้กับผู้ ที่สนใจใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูเก็ต เช่น ที่พักสุขภาพ อาหารสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ ฟิตเนส สปา ร้านนวด คลินิกความงาม โรงเรียนหรือสถาบันต่างๆ ที่สอนเกี่ยวกับศาสตร์ สุขภาพ เป็นต้น ในลักษณะ One Stop Service แต่สิ่งนี้ยังมีอุปสรรคในการพัฒนา คือ ขาดเจ้าภาพ ในการริเริ่มทำแอปพลิเคชัน

ตาราง 14 สรุปผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. มีความเข้มแข็งในด้านการร่วมมือของเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2. ความได้เปรียบในด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยว คุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ 3. ความมีชื่อเสียงเป็นเมืองท่องเที่ยวที่รู้จักในระดับโลก 4. มีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงด้านบริการสุขภาพ และส่งเสริมสุขภาพ 5. มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายและครบครัน 6. มีมาตรฐาน กฎหมาย ความปลอดภัย รองรับธุรกิจสุขภาพ	1. ขาดความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงาน 2. บุคลากรผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีจำนวนไม่เพียงพอทักษะของบุคลากรไม่เพียงพอต่อความต้องการ 3. ขาดการใช้นวัตกรรม เน้นการเสนอความหลากหลายของทรัพยากรและวัฒนธรรมเดิมจนขาดความโดดเด่น ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4. ขาดการโปรโมทแก่นักท่องเที่ยวและขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย 5. ทรัพยากรธรรมชาติเริ่มมีความเสื่อมโทรม
โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
1. ได้รับการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2. ได้รับโอกาสที่ดีจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เริ่มหันมาให้ความสนใจในด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น ได้มุ่งเน้นการทำ 3. การตลาดเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับโลก ระดับชาติและระดับท้องถิ่น	1. การพัฒนา Lab ในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2. กฎหมายล้าหลัง ไม่ครอบคลุมบริการด้านสุขภาพ 3. แอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ประเด็นที่ 2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...แนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการด้านสุขภาพควรมีการใส่ความคิดสร้างสรรค์และเสริมด้วยองค์ความรู้ด้าน Marketing เข้าไปในสินค้ามากขึ้น โดยการนำเอาผลิตภัณฑ์สุขภาพใส่เข้าไปในกิจกรรมและบริการที่เป็นส่วนหนึ่งของนักท่องเที่ยวระหว่างท่องเที่ยวในภูเก็ตได้ตั้งแต่ตื่นจนกระทั่งนอน เช่น การรับประทานอาหารสุขภาพ ท้องถิ่น กิจกรรมเรียนรู้การทำอาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายมวยไทย โยคะ โนราบิก การฝึก

สมาธิ นวดแผนไทย และการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นต้น และควรมีการพัฒนาการบริการสถาน ให้บริการสุขภาพทุกระดับขั้นตอนทุกที่ให้ได้มาตรฐานมากขึ้น รวมถึงการวางแผนพัฒนามาตรฐาน องค์กรรวมทั้งครอบคลุมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการด้านสุขภาพ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยเข้าถึงได้ง่ายขึ้นตามมาตรฐาน *Universal for all...*”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...พัฒนาคุณภาพของสินค้าสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น โดยต้องเน้นกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยและถูกหลักอนามัย และควรมีการควบคุม ติดตาม มาตรฐานสินค้าและบริการเชิงสุขภาพอย่างสม่ำเสมอหลังผ่านอย. และ สินค้าสมุนไพรสุขภาพที่ถูกละเลยหรือถูกเพิ่มมูลค่าเรียบร้อยแล้วมีราคาที่แพงเกินไปกว่าที่ควรจะเป็น ดังนั้น ทุกหน่วยงานจำเป็นต้องร่วมมือกันตรวจตรา ควบคุมคุณภาพ ราคาให้ไม่แพงเกินจริง และ สร้างจรรยาบรรณที่ดีให้กับผู้ประกอบการไม่ให้ฉวยโอกาส...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐผู้ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ตอนนี้สถานศึกษาได้เริ่มมีการ เปิดอบรมหลักสูตรผู้จัดการสปา (Spa Manager) อยากให้มีการ upskill เป็นหลักสูตรผู้จัดการธุรกิจ สุขภาพ (wellness manager) เพื่อครอบคลุมทุกเรื่องของ wellness และ reskill เพื่อควบคุมและ ติดตามมาตรฐานของทักษะวิชาชีพอยู่เสมอ โดยอยากให้มีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ 6 ศาสตร์ สุขภาพมาสอนโดยตรงให้แก่พนักงานบริการ เพราะตอนนี้บางครั้งต้องใช้ระบบสอนกันเอง บางที่ให้ พนักงานใหม่เรียนไปพร้อมกับบริการลูกค้าส่งผลให้คุณภาพการบริการไม่ถึงมาตรฐานจึงควรมี การทำข้อตกลงและกำหนดมาตรฐานการให้บริการสุขภาพร่วมกันในระดับชาติและจังหวัด เพื่อให้ เป็นที่ยอมรับในระดับสากล...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ได้มีการร่วมทำ MOU ความร่วมมือทาง วิชาการกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการแชร์ความรู้และพัฒนางานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ ได้แก่ หน่วยงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต สมาพันธ์สปาระดับประเทศ ภาค และจังหวัด และ กรมพัฒนาฝีมือแรงงานในการพัฒนาทักษะผู้ให้บริการและผู้จัดการสปา...”

สามารถกล่าวสรุปได้ว่า การพัฒนานวัตกรรม มาตรฐาน กฎหมาย ข้อจำกัดทางศาสนา ทักษะบุคลากร และความรู้ด้านสุขภาพองค์รวมเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้ดีขึ้นได้ รวมทั้งการสร้างความร่วมมือหรือการสร้าง เครือข่ายความร่วมมือถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพของจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปแนว ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตสามารถดำเนินการออกมาได้ดังนี้

- **เพิ่มขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** ได้แก่ด้านการพัฒนาทักษะบุคลากรและความรู้ด้านสุขภาพองค์รวมในการให้บริการ ด้านข้อจำกัดทางศาสนา ด้านภาษา ด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้านการพัฒนานวัตกรรมเชิงสุขภาพ ด้านการพัฒนามาตรฐาน กฎข้อบังคับ และกฎหมาย ด้านการพัฒนาทักษะวิชาชีพ ด้านความสามารถในการแข่งขันในระดับประเทศและระดับโลก เป็นต้น

- **สร้างความร่วมมือหรือสร้างเครือข่ายความร่วมมือ** ีระหว่างหน่วยงานทุกระดับ **ท้องถิ่น ประเทศ และโลก** เพื่อลดคู่แข่งและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการร่วมพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มั่นคงมากขึ้น รวมถึงร่วมมือกันยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีมาตรฐานระดับสากล แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ แบ่งปันบุคลากรคุณภาพ และแลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน

- **สร้างคุณภาพการให้บริการและสินค้าให้มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับมาตรฐานระดับสากล** ในการพัฒนาสินค้าและบริการด้านสุขภาพควรมีการนำนวัตกรรมใส่ความคิดสร้างสรรค์และเสริมด้วยองค์ความรู้ด้าน Marketing เข้าไปในสินค้ามากขึ้น โดยการนำเอาผลิตภัณฑ์สุขภาพใส่เข้าไปในกิจกรรมและการบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมกับยกระดับคุณภาพสินค้าสมุนไพรเพื่อสุขภาพ เน้นกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ปลอดภัย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น

2.1 ด้านกฎหมาย ข้อบังคับ มุ่งเน้นการกำกับ ดูแล ติดตาม ออกกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อควบคุมมาตรฐานของสถานประกอบการด้านสุขภาพในรูปแบบต่างๆ

โดยหน่วยงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นหน่วยงานหลักที่มีความสำคัญในการจดทะเบียน กำกับ ดูแล ติดตาม ควบคุมมาตรฐาน ซึ่งปกติจะใช้วิธีการกำกับติดตามแบบวิธีสุ่ม (Random) ในการตรวจตรามาตรฐานและกฎหมายควบคุม ทั้งในด้านสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ เอกชน คลินิก ร้านสปา และสถานพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพตามประกาศปี 2541 และพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ.2559 ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้จะต้องขอใบอนุญาตและปฏิบัติตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ตามกฎหมายฉบับนี้กำหนดผู้ให้บริการทั้งชายและหญิง ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะคนไทย แต่จะต้องผ่านการอบรมมาตรฐานบริการจากสถาบันที่กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) ให้การรับรองหลักสูตรเท่านั้น

แต่อย่างไรก็ตามถึงจะมีการกำกับ ควบคุม แต่ก็ยังพบการทำธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ แอบแฝงหรือสแปสียา โดยสปาในจังหวัดภูเก็ตมีมาตรฐานความปลอดภัยและบริการระดับดีอยู่แล้วในระดับชาติ แต่ยังขาดการตรวจสอบทวนซ้ำมาตรฐานทั้ง 2 ด้าน เช่น มาตรฐานอาหารปลอดภัย ผู้ประกอบการต้องมีจรรยาบรรณไม่ละเลยหลังผ่านมาตรฐานแล้ว และสาธารณสุขควรมีการ

ตรวจสอบหลังผ่านการประเมินอย่างต่อเนื่อง แต่บริการและความปลอดภัยด้าน wellness อื่น ๆ ยังไม่เห็นชัดเท่าธุรกิจอาหาร และ สปา

สำหรับการแก้ไขสามารถทำได้โดยปลูกฝังจิตสำนึกและวัฒนธรรมที่ถูกต้องและดีต่อผู้ประกอบการและพนักงาน ทั้งนี้จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งสำหรับหน่วยงานรัฐในการเพิ่มขีดความสามารถกำกับติดตามธุรกิจเพื่อสุขภาพอย่างเข้มงวดและเป็นระบบมากขึ้น รวมถึงควรต้องมีการปรับเปลี่ยนกฎหมายข้อบังคับใหม่ ๆ ที่ทันสมัยตามแนวโน้มของการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยเพื่อปรับภาพลักษณ์และมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในสากล

จากการวิเคราะห์ด้านกฎหมาย ข้อบังคับ มุ่งเน้นการกำกับ ดูแล ติดตาม ออกกฎหมาย ควบคุมเกี่ยวกับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อควบคุมมาตรฐานของสถานประกอบการด้านสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต พบประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

- **การทำธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพแอบแฝงหรือสปาสีเทา** จังหวัดภูเก็ตยังติดภาพลักษณ์สปาสีเทา และมีการรับบุคคลากรที่ไม่มีทักษะและใบอนุญาตประกอบวิชาชีพมาทำงานในบางร้าน อย่างไรก็ตามควรมีการเพิ่มมาตรการและข้อบังคับกฎหมายที่ชัดเจนเข้มงวดครอบคลุมมากขึ้น

- **ขาดการตรวจสอบทวนซ้ำมาตรฐาน** เนื่องจากหน่วยงานรัฐขาดการติดตามและตรวจคุณภาพอย่างสม่ำเสมอหลังจดทะเบียนสถานประกอบการ ดังนั้น รัฐควรมีการตรวจตราอย่างเต็มที่และสม่ำเสมอเพื่อควบคุมมาตรฐานให้เป็นไปตามมาตรฐานกลางและยกระดับสู่มาตรฐานสากล

- **กฎหมาย ข้อบังคับ ไม่มีความทันสมัย** ปัจจุบันกฎหมาย ข้อบังคับด้านธุรกิจสุขภาพทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการมีความชัดเจนมากขึ้น แต่ก็ยังมีสิ่งใหม่ ๆ ที่ต้องปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมตามยุคสมัยและพฤติกรรมและนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

2.2 ด้านศักยภาพบุคลากรและผู้ประกอบการ มุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญครบทุกด้านให้เพียงพอและพร้อมสำหรับการรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตในอนาคต

การปรับตัวของธุรกิจสุขภาพหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 เป็นบทเรียนสำหรับจังหวัดภูเก็ตในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าต้องสนับสนุนทำหลายอย่างร่วมกันและต้องมีการร่วมมือกันในหลายภาคส่วน ซึ่งการฟื้นกลับมาของการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเป็นสิ่งที่ท้าทายอย่างมาก สิ่งสำคัญคือผู้ให้บริการด้านสุขภาพ ประชาชน ยังขาดทักษะภาษาที่เปลี่ยนไปตามเทรน และทักษะบริการสปา การนวด ทักษะอาหารและโภชนาการ ทักษะความรู้ด้านการนำเที่ยวและกิจกรรมเชิงสุขภาพ และ ทักษะความรู้ด้านสุขภาพองค์รวม ตามองค์ประกอบ 6 ประการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องเร่งพัฒนาในทุกทักษะ อาทิเช่น การเพิ่มขีดความสามารถ

บุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความรู้สามารถแนะนำนักท่องเที่ยวเรื่องสุขภาพได้ในทุกสถานประกอบการ โดยเฉพาะโรงแรม เพื่อให้มีทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับอย่างมีมาตรฐานมากขึ้น รวมถึงภาครัฐและเอกชนควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการฝึกอบรม/หลักสูตรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อยกระดับบุคลากร wellness ให้มีความเชี่ยวชาญและน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น เนื่องจากบุคลากรผู้ให้บริการถือได้ว่าเป็นความประทับใจแรกของผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการและกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

ในด้านผู้ประกอบการบริการด้านสุขภาพนั้น ยังตีความ wellness service definition หรือ คำนิยามการบริการด้านสุขภาพได้ไม่ชัด จึงทำให้เข้าใจไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วน ทำให้ผู้ประกอบการบางรายยังไม่รู้วิธีทำธุรกิจ wellness ที่ถูกต้อง ทำให้ยังเน้นย้ำผิดประเด็น ก่อนอื่นจึงควรมีการอบรมทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานและผู้ประกอบการที่ยังไม่ทราบทำธุรกิจเชิงสุขภาพมีทั้งสิ้น 6 ประเภท เช่น สปา การเรียนรู้ด้านสุขภาพ การออกกำลังกาย ความงาม การฝึกจิตสมาธิ โภชนาการอาหารสุขภาพ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วคนส่วนใหญ่จะนึกถึงสปาเพียงอย่างเดียว การแก้ไข คือ ควรมีการสนับสนุนให้เข้าอบรมและรัฐจะต้องออกกำกับและสร้างมาตรฐานให้กับธุรกิจเชิงสุขภาพให้ชัดเจน และสร้างโปรแกรม True wellness ที่ครอบคลุม ธุรกิจสุขภาพ 6 ประเภท ที่เชื่อมโยงกันแบบครบวงจรมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ด้านศักยภาพบุคลากรและผู้ประกอบการ มุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญครบทุกด้านให้เพียงพอและพร้อมสำหรับการรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตในอนาคต พบประเด็นสำคัญดังนี้

- **ยกระดับบุคลากรให้มีองค์ความรู้ตามองค์ประกอบ 6 ประการ ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** ได้แก่ สปา การเรียนรู้ด้านสุขภาพ การออกกำลังกาย ความงาม การฝึกจิตสมาธิ โภชนาการอาหารสุขภาพ ซึ่งองค์ความรู้เหล่านี้ควรยกระดับกำหนดให้เป็นพื้นฐานความรู้สำหรับผู้ให้บริการด้านสุขภาพ

- **ควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการฝึกอบรม/หลักสูตรต่าง ๆ** ที่เกี่ยวข้องเพื่อยกระดับบุคลากรในศาสตร์สุขภาพ เช่น ฝึกอบรมมาตรฐานการให้บริการหลักสูตรสปาและนวดศาสตร์ใหม่ หลักสูตรการอบรมผู้สอนในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพประเภทต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้บุคลากรเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาตนเองในสายงานด้านสุขภาพอยู่เสมอ

- **ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านสุขภาพตีความ wellness service definition หรือ คำนิยามการบริการด้านสุขภาพได้ไม่ชัด** โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภาครัฐควรออกมามีบทบาทในการกำหนดคำจำกัดความและการแบ่งประเภทการบริการที่ชัดเจน รวมถึงอบรมให้ผู้ประกอบการ

และผู้ให้บริการมีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แท้จริง หรือ true wellness อย่างชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีการตีความ wellness ที่หลากหลาย

2.3 ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ มีเป้าหมายการสร้างการรับรู้และสร้างช่องทางใหม่ในการพัฒนาการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตมีความต้องการเจาะกลุ่มตลาดใหม่ ซึ่งก็คือกลุ่มนักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะ (Niche market) แทนกลุ่มนักท่องเที่ยวมวลชน (Mass market) เพื่อพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวมูลค่าสูง การทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตจึงได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเชิงสุขภาพผ่านทั้งแบบ Online และ Offline ในประเทศและต่างประเทศจึงเป็นเป้าหมาย เพื่อให้เข้าถึงลูกค้า ลูกค้าเข้าถึงง่าย และตอบสนองให้ข้อมูลลูกค้าได้ทันถ่วงที ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะหลังสถานการณ์ COVID 19 การจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทาง Online มีคนเข้าถึงเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูเก็ตเริ่มเป็นที่รู้จักตั้งแต่จังหวัดภูเก็ตได้เข้าร่วมเสนอตัวบิทางานเพื่อเป็นเจ้าภาพ Specialize Expo 2018 ในธีม “ภายในแนวคิด “Future of Life-Living in Harmony, Sharing Prosperity ชีวิตแห่งอนาคต-แบ่งปันความรุ่งเรือง อยู่ร่วมกันเป็นหนึ่งเดียว” แนวคิดที่ทำให้มองเห็นแนวทางของโลกในอนาคต “Living in Harmony, Sharing Prosperity แบ่งปันความรุ่งเรือง อยู่ร่วมกันเป็นหนึ่งเดียว” แต่อย่างที่เราบิเรายังไม่ได้รับโอกาส แต่ก็เป็นโอกาสที่ดีที่เราได้นำเสนอศักยภาพ ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภูเก็ตให้ทุกคนได้รับรู้ทำให้ประชาชน ภาครัฐ เอกชน และชุมชน เกิดการรับรู้และตื่นตัวมากขึ้น และยังเป็นโอกาสในการที่จะจัดงาน wellness exhibition / Conference มาจัดในจังหวัดภูเก็ตได้ในอนาคตเป็นอีกช่องทางในการการสร้างการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแก่นักท่องเที่ยว

อีกทั้ง การที่สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพในภูเก็ตได้มีการเข้าร่วม Road show กับหน่วยงานของรัฐในการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้จังหวัดภูเก็ตเริ่มมีการพัฒนาที่ก้าวหน้าขึ้นในอนาคตและความยั่งยืนจะตามมาอย่างแน่นอน

จากการวิเคราะห์ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ มีเป้าหมายการสร้างการรับรู้และสร้างช่องทางใหม่ในการพัฒนาการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น พบประเด็นสำคัญ ดังนี้

- จังหวัดภูเก็ตมีความต้องการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะ (Niche market) เพื่อพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ที่เน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณ

- จังหวัดภูเก็ตมีโอกาสในการสร้างการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการเข้าร่วมเสนอตัวบิทางานเพื่อเป็นเจ้าภาพ Specialize Expo 2018 ซึ่งทำให้จังหวัดภูเก็ตมีโอกาสในการ

นำเสนอการท่องเที่ยวในมุมมองและภาพลักษณ์ใหม่ภายใต้แนวคิด “ชีวิตแห่งอนาคต-แบ่งปันความรุ่งเรือง อยู่ร่วมกันเป็นหนึ่งเดียว” หลังจากจังหวัดภูเก็ตไม่ได้รับเลือกจังหวัดก็ยังเดินทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไปอย่างต่อเนื่องผ่านการ Road show ทั้งในและต่างประเทศ

2.4 ด้านนโยบายและแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต ได้มีการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์
การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสำนักงานจังหวัด
ภูเก็ต ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคชุมชน แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการและความมุ่งมั่นใน
การพัฒนาอย่างจริงจัง

จังหวัดภูเก็ตได้มีการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานในการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็น “ภูเก็ตเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก” ที่มุ่งเน้นการพัฒนา Medical Hub และ Wellness Hub เพื่อให้ภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคอันดามัน โดยการเน้นเสริมสร้างความเข้มแข็งของการบริการทางการแพทย์มูลค่าสูง การจัดบริการสุขภาพเชื่อมโยงกับโรงแรม ในลักษณะ Medical and Wellness Health Center การแพทย์ทางเลือก และสปา การพัฒนาโปรแกรมทัวร์สุขภาพนานาชาติที่เชื่อมโยงกับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ สร้างระบบการอำนวยความสะดวกบริการทางการแพทย์แบบครบวงจรการส่งต่อผู้ป่วยระหว่างประเทศ การสนับสนุนการสร้างศูนย์อภิบาลสุขภาพนานาชาติที่เป็นแหล่งดูแลสุขภาพ พักฟื้นสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ (Convenience Long Term Care)

การสร้างศูนย์ความเป็นเลิศทางการแพทย์และบริการสุขภาพแบบครบวงจร (Medical plaza) พัฒนาโรงพยาบาลวชิระภูเก็ตให้เป็นโรงพยาบาลมาตรฐานทางการแพทย์ระดับโลก ด้านความเป็นเลิศ (หัวใจและหลอดเลือด การเปลี่ยนอวัยวะ อุบัติเหตุ การผ่าตัดโรคอ้วน spine center ไต ศูนย์ส่องกล้องทางเดินหายใจ และศูนย์ผ่าตัดสมองด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง) การพัฒนาเครือข่ายโรงพยาบาลภาครัฐและเอกชนให้มีความพร้อมในการบริการทางการแพทย์ทั้งการแพทย์ทั่วไป และการแพทย์ฉุกเฉินรองรับการท่องเที่ยวนานาชาติและประชาชนท้องถิ่น พร้อมกับการพัฒนาระบบการสาธารณสุขทางทะเลให้มีความพร้อมต่อการหนุนเสริมการท่องเที่ยวทะเล ระบบส่งต่อระบบสาธารณสุขทางทะเลในภาวะปกติ และภาวะฉุกเฉิน การลดลงของการบาดเจ็บและเสียชีวิตของนักท่องเที่ยวทางทะเลลดลง การพัฒนาอาสาสมัครสาธารณสุขทางทะเลอาสาสมัครสาธารณสุขต่างประเทศ และสนับสนุนการซ่อมแผนเผชิญเหตุทางการแพทย์จากภัยธรรมชาติ ภัยก่อการร้าย ภัยโรคระบาดอย่างต่อเนื่องรวมทั้งพัฒนาศักยภาพในการดูแลผู้ป่วยโรคอุบัติใหม่ โรคอุบัติซ้ำ

นอกจากนี้ ยังเห็นความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าสมุนไพรเพื่อสุขภาพให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น โดยมุ่งเน้นกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยและถูกหลักอนามัย และควรมีการควบคุม ติดตาม มาตรฐานสินค้าและบริการเชิงสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ และมีนโยบายในการบริหารงานแบบบูรณาการงบประมาณ โดยชุมชนทำหน้าที่พัฒนาสินค้า Product ภาคเอกชน

สร้าง know how กลับมาสู่ชุมชน ภาครัฐ ทำหน้าที่อำนวยความสะดวก เป็นตัวประสานกลาง ระหว่างชุมชนกับภาคเอกชน (ช่วยจับคู่กันพัฒนาตามความเหมาะสมและความต้องการระหว่างชุมชน และเอกชน เพื่อเกิดการกระจายรายได้ สร้างอาชีพ อย่างเท่าเทียมเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนและการ บริการสุขภาพระดับพรีเมียม

จากการวิเคราะห์ด้านนโยบายและแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต ได้มีการพัฒนาแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสำนักงาน จังหวัดภูเก็ต ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคชุมชน แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการและความมุ่งมั่น ในการพัฒนาอย่างจริงจัง พบประเด็นสำคัญดังนี้

- **มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืน** ทั้ง 3 มิติ สังคมและ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีการเน้นย้ำ การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆอย่างชัดเจนและยังเน้น ย้ำการพัฒนาที่ควบคู่ไปกับความยั่งยืน

- **มุ่งเน้นการพัฒนาศูนย์กลางทางการแพทย์อย่างครบวงจร** จังหวัดภูเก็ตเป็นหนึ่งใน จังหวัดอันดามันที่ต้องการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพอันดามันที่ครบวงจร เนื่องจากมีบุคลากร ที่มีคุณภาพ มีทรัพยากรที่เหมาะสม มีแผนพัฒนาที่ชัดเจน มีงบประมาณสนับสนุนจากรัฐและเอกชน และศักยภาพของผู้ให้บริการสูง

- **มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของสินค้าสมุนไพรเพื่อสุขภาพให้เป็นที่ยอมรับใน ระดับสากล** ปัจจุบันชุมชนในจังหวัดภูเก็ต เช่น ชุมชนกมลา ชุมชนไม้ขาว ชุมชนเกาะแก้ว ได้มีการ ผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสมุนไพรท้องถิ่น ได้แก่ ไอบีรียมผักลิ้นห่าน ชาผักลิ้นห่าน ผงโรยข้าว ผงชงสมุนไพรส้มแขก สบู่ส้มแขก ลูกประคบสมุนไพรเหือกปลาหมอ ยาต้มสมุนไพร เป็นต้น ซึ่งได้รับ การผลักดันผ่านมาตรฐานสินค้าชุมชน และยังไม่เป็นที่ยอมรับระดับสากลจึงไม่แพร่หลายใช้เฉพาะคน บางกลุ่มเท่านั้น จากศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นต้องมีหน่วยงานเข้าไปช่วยดูแล มาตรฐานและส่งเสริมยกระดับสู่สากลและมีความพรีเมียมสู่ตลาดโลก

2.5 ด้านนวัตกรรม มุ่งเน้นในการยกระดับและสร้างนวัตกรรมมาพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้มีความก้าวหน้า ทันสมัย ครบวงจร สะดวก เพื่อ ยกระดับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตสู่สากล

จังหวัดภูเก็ตได้มีความพยายามในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพเพื่อยกระดับมาตรฐานสู่สากล ได้แก่ การร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานรัฐ เอกชน และ วิชาการในการพัฒนา โดยการนำองค์ความรู้ศาสตร์ต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการยกระดับมาตรฐานด้าน ผลิตภัณฑ์สุขภาพของชุมชน ให้ได้มาตรฐาน อย.จนสามารถส่งออกได้มากขึ้น การนำความรู้ โภชนาการมาเสริมในอาหารท้องถิ่นภูเก็ตเพื่อพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ และ

โปรแกรมอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นภาครัฐยังได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตให้มีความทันสมัยขึ้น โดยการพัฒนายกระดับมาตรฐานการบริการด้านสุขภาพและสาธารณสุขผ่านระบบดิจิทัล online

ทางสำนักงานจังหวัดได้มีแนวทางการพัฒนายกระดับมาตรฐานการบริการด้านสุขภาพและสาธารณสุขผ่านระบบดิจิทัล online โครงการ Tele Medicine โดยมีหมอบจากโรงพยาบาลศิริราชมาร่วมด้วย เพื่อเอื้อให้คนภูเก็ตเข้าถึงบริการสุขภาพได้ง่ายสะดวกขึ้นไม่ต้องไปโรงพยาบาลลดความแออัด และเป็นการยกระดับพลิกโฉมระบบสาธารณสุขของจังหวัดด้วยนวัตกรรม โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาความมั่นคงด้านสุขภาพของคนภูเก็ต และเพิ่มระดับความไว้วางใจให้แก่นักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ด้านนวัตกรรม มุ่งเน้นในการยกระดับและสร้างนวัตกรรมมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้มีความก้าวหน้า ทันสมัย ครบวงจร สะดวก เพื่อยกระดับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตสู่สากล พบประเด็นสำคัญดังนี้

- การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตได้มีการให้บริการทางการแพทย์ผ่าน tele medicine, hospital เพื่อให้ทุกคนเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกขึ้น

- การพัฒนายกระดับมาตรฐานการบริการด้านสุขภาพและสาธารณสุขผ่านระบบดิจิทัล online ทั้งข้อมูลการจดทะเบียนธุรกิจสุขภาพ ข้อมูลธุรกิจสุขภาพที่ถูกกฎหมาย ข้อมูลผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ เป็นต้น เก็บเป็นฐานข้อมูล big data และพัฒนาระบบ one stop service

2.6 ด้านความร่วมมือ มุ่งเน้นความร่วมมือกันทำงานแบบบูรณาการอย่างเต็มที่ทุกภาคส่วนตามบทบาทหน้าที่ของตน สร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความเชื่อมโยงใน 6 ธุรกิจสุขภาพ

จังหวัดภูเก็ตได้มีการทำงานแบบบูรณาการทุกภาคส่วนในรูปแบบพันธมิตรกันระหว่างภาครัฐในบทบาทของการเป็นผู้ออกกฎหมาย ดูแลมิติของกฎหมาย ภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการให้ความร่วมมือกันทำความเข้าใจ เสนอแนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ ภาควิชาการมีบทบาทในการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ การพัฒนาทักษะในรูปแบบการสอน จัดอบรม ฝึกปฏิบัติการ และทำงานวิจัยเพื่อนำข้อมูลมาร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ปัจจุบันยังมีการแบ่งงานกันไม่ชัดเจนทำให้ค่อนข้างเป็นอุปสรรคในการขับเคลื่อนงาน ทำให้ภาครัฐต้องทำงานเชิงรับ เนื่องจากกระบวนการทำงานในระบบราชการค่อนข้างล่าช้า การปรับหรือออกกฎหมายรองรับต่างๆก็ค่อนข้างทำได้ช้า และทำงานภายใต้การบูรณาการการทำงานตามระเบียบของรัฐซึ่งมีข้อจำกัด และความท้าทายอีกอย่างที่รัฐมุ่งเน้นในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตให้เป็นรูปธรรมที่สามารถปฏิบัติได้จริง เช่น ความร่วมมือกันระหว่างโรงแรมและโรงพยาบาลในการร่วมทำ hospital ในการจัดแพ็คเกจให้บริการห้องพัก พร้อมกับเสนอแนะข้อมูลด้านกิจกรรมสุขภาพ โภชนาการสถานบริการสุขภาพ และแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ การพัฒนาโครงการศูนย์สุขภาพไม้ขาว พัฒนาตัวชี้วัดสปาเพื่อสุขภาพ พัฒนาโครงการ Phuket Health Sand box ร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต (อบจ.) เพื่อรองรับการเป็น Medical & Wellness Hub การพัฒนา tele medicine ระหว่างโรงพยาบาลและสำนักงานจังหวัดภูเก็ต และการสร้างความเชื่อมโยง 6 ธุรกิจสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เข้าด้วยกัน ได้แก่ ความงาม (Beauty care) โภชนาการ (Nutrition) สปา(spa) การศึกษา (Education) ออกกำลังกาย(Physical fitness) การฝึกทำสมาธิ (Mental health) โดยการแทรกลงในโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

สิ่งสำคัญอีกอย่างคือการสร้างเครือข่ายกับพื้นที่ใกล้เคียงในพื้นที่อันดามัน โดยภูเก็ตเป็นหนึ่งในจังหวัดที่อยู่ในแผนการพัฒนา Andaman Wellness Corridor (AWC) จากโอกาสนี้จะทำให้ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระนอง สามารถเชื่อมโยงโปรโมทเป็นกลุ่มเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพระดับโลกได้ในภาพรวมของอันดามันผ่านการเสนอขายในภาพรวม Andaman ไม่ใช่แค่ภูเก็ต โดยใช้ภูเก็ตเป็นศูนย์กลาง หรือ Hub เพื่อกระจายเส้นทางท่องเที่ยวไปสู่พังงา กระบี่ ระนอง และประเทศอื่นๆในเอเชีย และควรมีความร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาขีดความสามารถการท่องเที่ยวโดยชุมชนผลักดันชุมชนในจังหวัดภูเก็ตที่มีศักยภาพให้ก้าวสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นความสำเร็จที่เกิดจากการร่วมมือในรูปแบบพันธมิตรในการบูรณาการทำงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เอื้อประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนและช่วยกันผลักดันยกระดับจังหวัดภูเก็ตอย่างเป็นรูปธรรมสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวสุขภาพในอนาคต

จากการวิเคราะห์ด้านความร่วมมือ มุ่งเน้นความร่วมมือกันทำงานแบบบูรณาการอย่างเต็มที่ทุกภาคส่วนตามบทบาทหน้าที่ของตน สร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความเชื่อมโยงใน 6 ธุรกิจสุขภาพ พบประเด็นสำคัญดังนี้

- มีการทำงานแบบบูรณาการทุกภาคส่วนในรูปแบบพันธมิตร ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการในท้องถิ่น และมีแผนที่จะขยายเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปยังจังหวัดอันดามันใกล้เคียงที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ระนอง กระบี่ พังงา เป็นต้น และเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น จีน เกาหลี เป็นต้น

- มีการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตให้เป็นรูปธรรมที่สามารถปฏิบัติได้จริง เช่น สมาคมสปาเพื่อ

สุขภาพ สมาคมธุรกิจนำเที่ยว หอการค้าภูเก็ต สถาบันการศึกษาต่างๆ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สำนักงานจังหวัด สำนักงานสาธารณสุข และประชาชน ผู้นำชุมชน

ประเด็นที่ 3 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การส่งเสริมการท่องเที่ยวภูเก็ตตาม 10 เสาหลักตามแผนพัฒนาจังหวัด และการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมระหว่างคนฐานบนและฐานล่างควรมีความเท่าเทียมกัน และในการจะยกระดับการท่องเที่ยวสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตสู่ระดับสากลนั้นเห็นว่าจะต้องมีการดึงเอางาน Event สุขภาพระดับโลกเข้ามาจัดในภูเก็ต เช่น จังหวัดภูเก็ตก่อนหน้านี้ได้มีการไปจัดงาน Expo โดยใช้ธีมสุขภาพมานำเสนอ เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกทางในการช่วยสร้างการรับรู้ในระดับสากล ร่วมทำ mou กับหน่วยต่างๆ ในส่วนของการโปรโมทภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับชาติต้องให้ทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นคนประชาสัมพันธ์ออกไปสู่สายตาชาวโลก...”

อีกทั้ง ต้องมีการให้ความรู้และสนับสนุนให้ชุมชน ผู้ผลิตขนาดเล็ก (SMEs) มีความเข้าใจในการพัฒนาสินค้าของตนให้ได้คุณภาพและจดทะเบียนอย.เพื่อรับรองมาตรฐานให้ถูกต้องมากขึ้น (เศรษฐกิจ) และควรมีการนำวัสดุท้องถิ่น ภูมิปัญญา ในพื้นที่ภูเก็ตในชุมชนต่าง ๆ มาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าสุขภาพที่มีคุณภาพ นอกจากนี้บุคลากรให้บริการด้านสุขภาพก็มีความสำคัญการส่งเสริมให้บุคลากรมีการ upskill/reskill อยู่เสมอเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวภูเก็ตควรมีการทำตลาดโดยต้องหาตลาดรองและตลาดหลัก เช่น เวียดนาม มาเลเซีย ไต้หวัน เพื่อจะได้มีนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี สิ่งที่จะทำให้จังหวัดภูเก็ตมีคุณภาพและความยั่งยืนนั้นสิ่งสำคัญคือการร่วมมือกันระหว่างเอกชน รัฐ และชุมชน ต้องเข้มแข็ง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะเป็นตัวกลางประสานในการดำเนินการหาตลาดและ update trend การท่องเที่ยวให้เอกชนและชาวบ้าน

สุดท้ายนี้ สิ่งสำคัญที่สุด คือ การส่งเสริมของนโยบายรัฐและงบประมาณที่มีความต่อเนื่องสิ่งนี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน และการเข้าถึงบริการต่างๆด้านสุขภาพของคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต้องสะดวก รวดเร็ว มีคุณภาพ ยึดคิดว่า การที่คนท้องถิ่นมีความเข้าใจ มีจิตสำนึก เข้าถึงบริการสุขภาพ มีสุขภาพกายและจิตใจที่ดียิ่งแสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าภูเก็ตมีระบบสาธารณสุขและการจัดระเบียบเรื่องของกฎหมายและความปลอดภัยที่ดียิ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น รวมถึงเป็นที่การยอมรับด้านคุณภาพและบริการระดับสากลซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตไปได้ไกลและยั่งยืนในอนาคตอย่างแน่นอน

จากการวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พบประเด็นสำคัญดังนี้

- ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวภูเก็ตตาม 10 เสาหลักตามแผนพัฒนาจังหวัด

เนื่องจากเป็น 10 เสาหลักนี้แสดงถึงศักยภาพของการท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นและวางเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน ซึ่งสิ่งที่สำคัญคือการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องจากทุกภาคส่วน

- ควรมีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมเท่าเทียมกันระหว่างคนฐานบนและฐานล่าง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีการส่งเสริมในรูปแบบที่แยกกัน โปรโมท ทำให้ผลประโยชน์กระจุกตัวเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือนักธุรกิจฐานบนไม่ถึงฐานล่างดังนั้นภาครัฐจึงควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างจริงจังตามแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต 20 ปี 5 ปี เพื่อให้เกิดการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมกระจายสู่คนฐานล่าง เช่น ชุมชน ประชาชน ผู้ประกอบการ SME ท้องถิ่น ด้วย

- ควรมีการดึงเอางาน Event สุขภาพระดับโลกเข้ามาจัดในภูเก็ต เพื่อส่งเสริมการเป็น

เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โชว์ถึงศักยภาพด้านสุขภาพที่จังหวัดภูเก็ตมีให้ทุกคนได้รับรู้และยังส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ด้วย และร่วมทำ moU กับหน่วยต่างๆ ในส่วนของการโปรโมทภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกต่อไป

- การให้ความรู้และสนับสนุนให้ชุมชน ผู้ผลิตขนาดเล็ก (SMEs) มีความเข้าใจในการ

พัฒนาสินค้า ส่งเสริมให้มีศูนย์การให้คำปรึกษาธุรกิจ SME ในท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่และส่งเสริมให้คำปรึกษารุ่นพี่สู่รุ่นน้องเพื่อสร้างให้เกิดเครือข่ายที่มีรากฐานดีและมีความเข้มแข็ง

- ควรมีการนำวัสดุท้องถิ่น ภูมิปัญญา ในพื้นที่ที่เกิดในชุมชนต่าง ๆ มาใช้พัฒนา

ผลิตภัณฑ์สินค้าสุขภาพที่มีคุณภาพ เพื่อต่อยอดสินค้าและบริการสุขภาพต่างๆในจังหวัดภูเก็ตยกระดับสู่มาตรฐานที่สากลยอมรับ และสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศไทย

- การส่งเสริมให้บุคลากรมีการ upskill/reskill อยู่เสมอ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

รวมถึงสถานประกอบการควรมีเกณฑ์มาตรฐานหรือ KPI ให้กับบุคลากรด้านสุขภาพในการจะต้องรักษามาตรฐานและเรียนรู้องค์ความรู้ใหม่ๆอยู่เสมอ เพื่อรักษาและพัฒนาสมรรถนะขีดความสามารถของบุคลากร ซึ่งจะช่วยให้ไม่ขาดแคลนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพในอนาคต

- ควรมีการทำตลาดโดยต้องหาตลาดรองและตลาดหลัก เช่น เวียดนาม มาเลเซีย

ไต้หวัน เพื่อรองรับวิกฤตและปัญหาต่างๆที่มาจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจในจังหวัดภูเก็ตไม่สะดุดและไหลไปต่อได้

- การส่งเสริมให้มีการร่วมมือกันระหว่างเอกชน รัฐ และชุมชน เพื่อช่วยเหลือซึ่ง

กันและกันตั้งแต่กระบวนการการพัฒนา จนกระทั่งการบวนการส่งเสริม โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

- การส่งเสริมของนโยบายรัฐและงบประมาณที่มีความต่อเนื่อง สิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื่องจากรัฐถือได้ว่าเป็นผู้นำหลักทั้งในบทบาทการพัฒนา นโยบายและส่งเสริมงบประมาณตั้งแต่ต้นจนสำเร็จ ความสำเร็จในบางครั้งต้องอาศัยระยะเวลาด้วย

3.1 การแบรนด์หรือตราสินค้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ

จังหวัดภูเก็ต

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า จังหวัดภูเก็ตควรสร้างแบรนด์ที่เน้นกลุ่มครอบครัว ให้บริการ wellness ที่เหมาะสำหรับครอบครัว และสร้างแบรนด์นำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพ ปลอดภัยในการให้บริการสุขภาพ จังหวัดภูเก็ตจึงเหมาะแก่การส่งเสริมสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตให้เป็น “Premium Wellness Destination” เป็นเกาะสวรรค์แห่งความสุข Happiness for All สำหรับนักท่องเที่ยว คนในพื้นที่ และทุกคน

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ภูเก็ตควรเสนอขายความเป็นส่วนตัว (Private) การบริการที่เป็น Personalize service ที่เหนือระดับและเน้นคุณภาพ และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใกล้เคียง โดยภูเก็ตเป็นหนึ่งในจังหวัดที่อยู่ในแผนการพัฒนา Andaman Wellness Corridor (AWC) จากโอกาสนี้จะทำให้ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระนอง สามารถเชื่อมโยงโปรโมทเป็นกลุ่มเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพระดับโลกได้ในภาพรวมของอันดามัน ดังนั้น จังหวัดภูเก็ตเหมาะแก่แบรนด์ “Premium Andaman Wellness” นำเสนอขาย wellness ภูเก็ตได้จะต้องมีการเชื่อมโยงภาพรวมใหญ่ในภาพลักษณ์อันดามันที่มีเป้าหมายสร้างความสุขทั้งกายและใจ พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนภูเก็ตและนักท่องเที่ยวที่มาเยือนและใช้บริการสุขภาพในภูเก็ตไปพร้อมๆกัน ในคอนเซป “Happiness Island for All” ...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ควรมีการสร้างแบรนด์ Thai Contemporary ที่เพิ่ม story เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าไปกับการให้บริการสปาภูเก็ต ไม่ว่าจะเป็นอาหารสุขภาพ ผ้าปาเต๊ะ สับปะรดภูเก็ต ขนมท้องถิ่น ชุดท้องถิ่น ยาย่าบาบ๋า สิ่งเหล่านี้จะแสดงให้เห็นถึงความดั้งเดิมที่ไม่เหมือนใครที่สามารถสร้างความประทับใจ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้ ภายใต้คอนเซป การผสมผสานระหว่างความเป็นสถานที่พักผ่อน + สปา + อัตลักษณ์ของภูเก็ต ในการให้บริการนักท่องเที่ยว เหมือนนอกจากมาเที่ยวภูเก็ตแล้วยังได้สุขภาพดีกลับบ้านพร้อมกับเรียนรู้วัฒนธรรมอัตลักษณ์ความเป็นภูเก็ตกลับไปด้วย และสร้างแบรนด์ wellness destination for all ที่เหมาะกับทุกศาสนาในระดับโลก เพราะเรามีทะเลสวยตามคำขวัญ ภูเก็ต มีหลายเชื้อชาติอาศัยอยู่ในภูเก็ต ซึ่งสามารถนำจุดนี้มาทำให้ทุกศาสนามาอยู่เที่ยวในภูเก็ตได้

อย่างสบายใจ ทั้งไทย จีน มุสลิม และยุโรป...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...แบรนด์ Wellness Low Carbon ธรรมรงค์ให้ธุรกิจสุขภาพใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นลดการขนส่งและสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้พลังงานทดแทน Solar มากขึ้น ลดพลาสติก และ ธรรมรงค์ 3 R Reuse Renew Recycle สร้างขยะให้น้อยที่สุด ผลักดันให้มีการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นในธุรกิจสุขภาพในภูเก็ต และที่สำคัญสาธารณสุขจังหวัดควรมีการโปรโมทให้นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าสถานประกอบการสุขภาพที่ถูกกฎหมายมีที่ไหนบ้างเพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้เลือกใช้บริการที่มีมาตรฐานปลอดภัยและมีความเชื่อมั่นในแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต และ แบรนด์ Eco Spa ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความยั่งยืนเพื่อส่งเสริมจังหวัดภูเก็ตให้เป็น “Phuket city of wellness หรือ ภูเก็ตเมืองสุขภาพระดับโลก...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า จังหวัดภูเก็ตเหมาะแก่การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ Premium Wellness Destination ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และบริการระดับพรีเมียม เฉพาะบุคคล คำนึงถึงความยั่งยืน 3 ประการโดยการนำแนวคิด Low carbon และ Eco spa มาใช้ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม แนวคิด Universal design และ Tourism for all และ Thai Contemporary ที่เหมาะกับทุกคนทุกเพศทุกวัยทุกศาสนาเพื่อก้าวสู่ระดับโลกก่อให้เกิดความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรม และแนวคิด การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม สร้างงานและอาชีพให้กับคนในชุมชนอย่างทั่วถึงซึ่งจะก่อให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

จากการวิเคราะห์การแบรนด์หรือตราสินค้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต พบประเด็นสำคัญ ดังนี้

- **แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบพรีเมียม (Premium Wellness Tourism)** ที่มีบริการระดับคุณภาพ มอบประสบการณ์ที่เหนือระดับประทับใจ เหมาะสำหรับทุกคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกศาสนา มีโปรแกรมสุขภาพที่ออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสำหรับบุคคล (Personalize wellness service)

- **แบรนด์การท่องเที่ยวไตรวิถี (อาหาร สุขภาพ และธรรมชาติ) (Tri-way Wellness Tourism)** การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถนำมาบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติได้อย่างลงตัว เนื่องจากทั้ง 3 ประเภทยังมีความเกี่ยวเนื่องกับสุขภาพและเสริมสร้างฟื้นฟูให้มีสุขภาพกายและจิตใจที่ดีขึ้นได้

- **แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์ (สุขภาพ ประสบการณ์ลงมือทำ เรียนรู้วัฒนธรรม) (Creative Wellness Tourism)** การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ผ่านการเรียนรู้วัฒนธรรมและลงมือทำกิจกรรม เช่น การเรียนรู้

โนราบิค การเรียนรู้การทำลูกประคบสมุนไพร การเรียนรู้การทำอาหารสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่น เป็นต้น

- **แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Wellness Tourism) และ แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Wellness Tourism)** การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถพัฒนากิจกรรมคาร์บอนต่ำและกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการลดโลกร้อนได้ เช่น การนวดที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นลดการขนส่งไม่เกิดมลพิษในสปา การใช้ผ้าเช็ดตัวซับแห้งแทนการใช้กระดาษทิชชูในระหว่างการออกกำลังกาย การปั่นจักรยานชมธรรมชาติ การสัมผัสวิถีชุมชนลิ้มรสอาหารท้องถิ่น การเลือกที่พักที่มีมาตรฐานสีเขียว การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะกิจกรรมสีเขียว ลดการใช้โฟมพลาสติก ระหว่างทริป เป็นต้น

- **แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบพหุวัฒนธรรม (Contemporary Wellness Tourism)** จังหวัดภูเก็ตได้มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละศาสนาเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาการให้บริการตามข้อจำกัดของแต่ละศาสนา เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความรู้เบื้องต้นและสามารถปฏิบัติตนถูกเมื่อเจอลูกค้าในรูปแบบต่างๆ และเข้าใจในพหุวัฒนธรรม

3.2 ปัจจัยความสำเร็จสำคัญที่ส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ตสามารถยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ทุกหน่วยงานต้องบูรณาการทำงานร่วมกัน เช่น สถาบันอุดมศึกษา กงสุล ภาคประชาสังคม เป็นต้น ภาคเอกชนต้องนำภาครัฐสนับสนุนและภาคชุมชนเสริม เพื่อร่วมสร้างความมั่นใจครบทุกด้านให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เน้นส่งเสริมคุณภาพและความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหลัก โดยนโยบาย Top Down ของภาครัฐต้องมีความชัดเจนมากขึ้น และควรต้องมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีเป้าหมายที่ชัดเจน ดำเนินงานทั้งนโยบายและงบประมาณแต่ละปีอย่างต่อเนื่องจริงจัง สำคัญที่สุดคือบุคลากรต้องมีคุณภาพเนื่องจากเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุด เหมือนเป็นตัวแทนหน้าด่านในการให้บริการนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพฝีมือแรงงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และยกระดับส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในชุมชนที่มีศักยภาพด้าน wellness ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน และต้องไม่รอให้เกิดเหตุก่อนถึงจะลงมือทำ แต่ต้องมีแผนเตรียมความพร้อมรับเหตุด้วย ...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การที่ภูเก็ตจะเป็นเมืองท่องเที่ยวสุขภาพระดับโลกได้ปัจจัยความสำเร็จ คือ ผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์ มีความรู้ด้าน

สุขภาพองค์รวม และ Wellness อย่างแท้จริง และส่งเสริมพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และต้องเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วย เพื่อสนองความต้องการได้ตรงจุด ซึ่งจะสำเร็จได้คนภูเก็ตต้องสุขภาพดีทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจก่อน ซึ่งจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นทำให้นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นมากขึ้น ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้ต้องเริ่มจากภาครัฐต้องมีการผลักดันให้ชัดเจน วางแผน Road map ที่ชัดเจนร่วมกันหลายหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ให้มีความชัดเจน แล้ว เอกชน ประชาชน จะตามมา เมื่อ demand มากก็จะขายได้ และต้องส่งเสริมสร้างมาตรฐานการบริการ มีโรงเรียนแพทย์ และ Medical and Wellness center ของภูเก็ตให้ดีที่สุด ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งการเชื่อมโยงสินค้า บริการด้านสุขภาพ เข้าด้วยกันเพื่อสร้างการรับรู้ที่แข็งแกร่งขึ้นในภาพใหญ่...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญคือพนักงานผู้ให้บริการทุกคน ถ้าพนักงานมีใจรักบริการ ซื่อสัตย์ ตั้งใจ ใส่ใจในการบริการลูกค้า มีการตื่นตัวปรับปรุงพัฒนาตัวเองอยู่เสมอๆ อยู่ในกรอบ และควรให้คำตอบแทนผู้ให้บริการสุขภาพ ด้วยความเหมาะสมเหมาะสมเหตุผล เพื่อลดการ turnover ของพนักงานให้บริการด้านสุขภาพ และสร้างขวัญและกำลังใจให้พัฒนาตนเองให้บริการด้วยคุณภาพจากใจพร้อมกับมรดกภาพชีวิตที่ดีขึ้น ก็จะทำให้เราก้าวสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพระดับโลกได้ และภาครัฐจะต้องเป็นตัวหลักในการมาพัฒนาและส่งเสริมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง และต้องมีการผลักดันขับเคลื่อนภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ต โดยให้เอกชนตามรัฐ เพราะเป็นโอกาสที่เอกชนจะมีความพร้อมและพัฒนาอย่างยั่งยืนไปพร้อมๆ กัน อย่างไรก็ตาม ทุกอย่างจะสำเร็จได้ต้องเกิดจากความร่วมมือกันเป็นหลัก...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเชิงสุขภาพ ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ปัจจัยที่ทำให้สำคัญคือการมีแผนการพัฒนาที่ต่อเนื่องและชัดเจน จนสามารถนำมายกระดับเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันตามันได้ และการจะทำให้เป็นเมืองสุขภาพได้จะต้องสร้างคุณภาพให้กับบริการ ความปลอดภัย และการผลักดันให้ Medical and wellness ของไทย เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพราะตอนนี้ก็มีชื่อเสียงด้านถูกและดี มีมาตรฐานการบริการแบบ Thainess นอกจากนี้ ประสบการณ์และคุณภาพของบุคลากรต้องมีความพร้อม hard skills soft skills ในด้านต่างๆ เช่น ความรู้ด้านสุขภาพองค์รวม ทักษะภาษา การบริการ การศึกษาพัฒนาตนของบุคลากร รองลงมาเป็นการสร้างระบบการบริหารจัดการแบบไร้รอยต่อระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรัฐและเอกชน และอีกสิ่งที่สำคัญคือ การพัฒนาด้านกายภาพปรับเมืองให้มีความสะดวกในการเข้าถึงมากขึ้น และเน้นการบริการแบบ Thainess และ รักษามาตรฐานบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้อยู่ในระดับที่ดีเป็นที่ยอมรับระดับสากลเพื่อก่อให้เกิดการซื้อซ้ำสร้างมูลค่าและให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ยิ่งไปกว่านั้น

การสร้างการตื่นรู้หรือการรับรู้ให้กับคนในจังหวัดและนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ทราบถึงคุณภาพ ประสบการณ์การท่องเที่ยว และอัตลักษณ์ที่เรามีที่ต้องการส่งต่อให้นักท่องเที่ยวและทุกภาคส่วนรับรู้ไปในทิศทางเดียวกัน และประสบการณ์การเที่ยวที่เกิดขึ้นในมิติใหม่ด้านสุขภาพให้นักท่องเที่ยวรับรู้มากขึ้น...”

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต คือ การส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพทักษะต่างๆที่สำคัญของพนักงานผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เน้นอัตลักษณ์การให้บริการแบบไทย (Thainess) สร้างมาตรฐานการให้บริการ และมีการบริหารจัดการที่ดี อย่างไรก็ตาม ภาครัฐต้องมีการสร้างแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่ชัดเจนและทุกภาคส่วนต้องให้ความร่วมมือกันสร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศเพื่อให้มีความเข้มแข็งพร้อมกับมีประสิทธิภาพที่ยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จสำคัญที่ส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ตสามารถยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบประเด็นสำคัญดังนี้

- **การที่มีบุคลากรเชี่ยวชาญ** มีคุณภาพ และประสบการณ์ในการให้บริการด้านสุขภาพอย่างมืออาชีพ ทั้งด้านภาษา ด้านการบริการ ด้านประสบการณ์ทำงาน ด้านทฤษฎีความรู้จรรยาบรรณด้านสุขภาพ เป็นต้น
- **มีบุคลากรคุณภาพพัฒนาตนเองอยู่เสมอ** มีความซื่อสัตย์ในอาชีพ มีทัศนคติที่ดี มีวินัย มีทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี รักในอาชีพ มีความจริงใจให้สิ่งที่ดีที่สุดกับลูกค้า
- **มีมาตรฐานการให้บริการระดับพรีเมียมบนพื้นฐานการบริการแบบ Thainess** ที่สอดแทรกอัตลักษณ์ท้องถิ่น
- **มีการบริหารจัดการที่ดี** สะดวก เข้าถึงง่าย รวดเร็ว
- **มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ต** ที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้จริง
- **มีเครือข่ายพันธมิตร** ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งในและต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมเชิงรุกและพร้อมที่จะสนับสนุนซึ่งกันและกัน
- **มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว** ที่ชัดเจน ทันสมัย หลากหลายช่องทาง
- **มีราคาการให้บริการที่สมเหตุสมผล** และคุ้มค่ากับการบริการที่ได้รับ เป็นธรรมต่อผู้บริโภค
- **มีความปลอดภัย** และควบคุมติดตามรักษามาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

- มีการบูรณาการทำงานอย่างจริงจัง แบ่งหน้าที่และงบประมาณอย่างชัดเจนอย่างต่อเนื่อง

- มีการพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใหม่ๆอยู่เสมอ

3.3 ส่วนประสมทางการตลาด (10Ps) เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม

จากการสัมภาษณ์ สามารถแบ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ออกได้ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 10 Ps ได้แก่ สินค้าและบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) การจัดรวมแพคเกจ สินค้าและบริการ (Packaging) การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Programming) การผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) ผู้คน (People) และ กระบวนการและระบบการบริหารจัดการและขั้นตอน (Process)

3.3.1 สินค้าและบริการ (Product)

ผลสรุปด้านสินค้าและบริการ (Product) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า “...จังหวัดภูเก็ตควรให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่จะช่วยสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ อาหารสุขภาพ ที่พักสุขภาพ เป็นต้น ในด้านกิจกรรมสุขภาพ เช่น โยคะ สปา กีฬา การแพทย์ นวดแผนไทย และวัตถุดิบในท้องถิ่นอย่างเช่น สับปะรด เป้าฮื้อ กุ้งมังกรเจ็ดสี พืชผักสมุนไพรท้องถิ่น...”

จังหวัดภูเก็ตไม่มีแหล่งน้ำร้อนธรรมชาติ แต่มีทะเล หาดทราย ที่โด่งดังสวยงามระดับโลก โดยชุมชนไม้ขาวได้มีการนำศักยภาพที่โดดเด่นนี้มาส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ สปาทราย หรือ การหมัทรายที่หาดไม้ขาว ที่ได้รับการวิจัยแล้วว่าสามารถช่วยเรื่องการไหลเวียนของเลือดได้ดี ช่วยบำบัดอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย กล้ามเนื้อ เส้นเอ็น ข้อกระดูกต่าง ๆ รวมถึงช่วยรักษาอาการของโรคอัมพฤกษ์ ปรับสมดุลให้กับร่างกายได้ดี ใช้เวลาในการนอนฝังทรายประมาณ 45 นาที นอกจากจะได้สุขภาพที่ดีแล้ว ยังได้เติมเต็มพลังงานจากธรรมชาติอีกด้วย ซึ่งสามารถต่อยอดกิจกรรมเป็นการทำสปาทรายเป็นแพคเกจทะเลบำบัด

มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ยืนยันว่าเสียงจากคลื่นช่วยให้จิตใจสงบ น้ำทะเลมีคุณสมบัติเยียวยาร่างกาย รับแสงแดดเพื่อเพิ่มวิตามินดี ร่างกายได้รับออกซิเจนเพิ่มขึ้นจากลมทะเล และสีฟ้าครามของน้ำทะเลต่อสุขภาพจิต สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยบำบัดกายและจิตใจได้ อีกทั้ง ภูเก็ตยังมีชุมชนบ้านแซวนที่มีกิจกรรมโนราบิเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต่อยอดจากศิลปะการแสดงโนราห์ภูเก็ตโบราณมาผสมกับการออกกำลังกายสมัยใหม่ ออกมาเป็น 19 ท่าออกกำลังกายที่มีอัต

ลักษณะเฉพาะเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดต่าง ๆ ได้ดี และยังเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมการแสดงพื้นเมืองอีกด้วย

นอกจากนี้ จังหวัดภูเก็ตยังมีอัตลักษณ์ด้านอาหาร เนื่องจากเป็น City of gastronomy ที่แรกของประเทศไทย ซึ่งพบว่าอาหารท้องถิ่นภูเก็ตสามารถนำมาแปลงเป็นเมนูสุขภาพได้ เนื่องจากมีภูมิปัญญาสมุนไพรท้องถิ่นสอดแทรกเข้าไปในเมนูอาหารหากมีการส่งเสริมและผลักดันจากหน่วยงานต่างๆจะทำให้ภูเก็ตสามารถยกระดับอาหารท้องถิ่นร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นแพคเกจ การท่องเที่ยวไตรวิถี และการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพได้

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่ากิจกรรมทะเลบำบัด กิจกรรมโนราบิค และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพและการท่องเที่ยวไตรวิถี (สุขภาพ+อาหาร+ธรรมชาติ) สามารถกล่าวได้ว่าเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตที่โดดเด่นที่พัฒนาและส่งเสริมเป็น soft power และ brand positioning ได้ และควรถูกผลักดันจากทุกภาคส่วนสู่การนำเสนอขายร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตเพื่อให้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีความชัดเจน มีเอกลักษณ์มากขึ้น

3.3.2 ราคา (Price)

ผลสรุปด้านราคา (Price) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า “...ราคาสินค้าและบริการในจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายตามคุณภาพการบริการสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกระดับนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าและระดับราคาที่ตนพึงพอใจ สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีราคาที่สมเหตุสมผล ถูกกว่าประเทศอื่นและมีชื่อเสียง คุณภาพสูง อีกทั้งค่าครองชีพในจังหวัดภูเก็ตมีราคาที่ไม่แพงสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ...”

แต่อย่างไรก็ตามภูเก็ตยังประสบกับปัญหาสินค้าและบริการในจังหวัดที่มีการแข่งขันสูงโดยการเอาราคาเป็นตัวตั้ง และกตราคากันเองเพื่อให้ได้ลูกค้าและแรงงานได้ ค่าตอบแทนราคาถูกทำให้ขาดบุคลากรและการบริการที่ดี ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องมีกฎหมายและนโยบายที่ชัดเจนในการสร้างมาตรฐานราคาและการบริการที่เข้มงวดกว่านี้

3.3.3 สถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผลสรุปด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ว่า “...จังหวัดภูเก็ตได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเชิงสุขภาพผ่านทั้งแบบ Online และ Offline เพื่อให้เข้าถึงลูกค้า ลูกค้าเข้าถึงง่าย และตอบสนองให้ข้อมูลลูกค้าได้ทันถ่วงที ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดอย่างเห็นได้ชัด...” โดยเฉพาะหลังสถานการณ์ COVID 19 การจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทาง Online มีคนเข้าถึงเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน ปัจจุบันภาคเอกชนได้มีการทำเว็บไซต์ CoCoaSAP เพื่อเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเข้ามาสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสุขภาพ ที่พักสุขภาพ บริการดูแลสุขภาพ

3.3.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ผลสรุปด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า “...ภาคเอกชนได้มีการส่งเสริมการขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอย่างเข้มข้น ผ่านทั้ง online และ offline ผ่านการออกงานอีเว้นท์ Road show และ PR นำเสนอขายภาพลักษณ์ wellness รวมถึงการสร้างการมองเห็นซ้ำให้กับนักท่องเที่ยวผ่านช่องทาง Social media ที่เป็นที่ยอมรับ...” โดยหอการค้าไทยได้มีการพัฒนาเป็น “Wellness Tourism Platform” และมีการส่งเสริมการขายท่องเที่ยวสุขภาพผ่าน “โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข Happy Model” ผ่านกิจกรรม 4 ด้าน ได้แก่ กินดี อยู่ดี ออกกำลังกายดี และแบ่งปันสิ่งดีๆ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูงและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน และเอกชนกับรัฐได้ร่วมกันพัฒนา wellness center ในภูเก็ตด้วย และ ในยุคสมัยปัจจุบันการส่งเสริมการขายในรูปแบบ Social media e-WOM WOM Blogger review และ Agency โดยมีสื่อเป็นสื่อหลักในการเชื่อมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการให้เกิดการซื้อขายได้แบบไร้รอยต่อ

3.3.5 การจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ (Packaging)

ผลสรุปด้านการจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ (Packaging) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า “...แพคเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท แต่ทว่ายังมีการนำเสนอขายแพคเกจแบบเดิมๆยังไม่ค่อยมีการจัดแพคเกจที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม (Specific package)...”

อย่างไรก็ตาม ควรมีการพัฒนาเสนอขาย Package ไปยังจังหวัดรอบข้างในภาพรวมอันดามัน โดยการร่วม share ทรัพยากร แขนงการสร้างใหม่ เพื่อเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการสุขภาพแบบครบวงจรเนื่องจากภูเก็ตไม่มีทรัพยากรเช่น น้ำพุร้อนแต่จังหวัดพังงา กระบี่ ระนองมีแหล่งน้ำพุร้อนคุณภาพ แต่ภูเก็ตมีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีองค์ความรู้เฉพาะ มีบริการ wellness ที่มีมาตรฐาน และกิจกรรม wellness ที่น่าสนใจด้านอื่น

ดังนั้นการเสนอขายแบบภาพรวมร่วมกับจังหวัดรอบข้างที่มีศักยภาพเช่นกัน จะช่วยให้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตแข็งแกร่งชัดเจนขึ้น และการบริการต้องทำในลักษณะ personalize หรือ ส่วนตัวเฉพาะบุคคล เพื่อยกระดับการบริการ มาตรฐาน และเพิ่มมูลค่าแพคเกจสินค้าและบริการด้านสุขภาพ

3.3.6 การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Programming)

ผลสรุปด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Programming) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า “...การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตยังมีน้อย...” โดยส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมหรืองาน

อีเว้นท์พิเศษเล็กๆ เช่น ตลาดนัดสุขภาพ การเสวนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนกิจกรรมใหญ่ๆจะออกไปในแนวของกีฬาเพื่อสุขภาพเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสุขภาพ เช่น กิจกรรมไตรกีฬาประจำปี งานแข่งขันเรือใบชิงแชมป์ กิจกรรมวิ่งมาราธอน เป็นต้น และนอกนั้นจะเป็นโปรแกรมพิเศษที่สถานประกอบการ ที่พักแรม ร้านอาหาร จัดขึ้นภายใน เช่น โปรแกรมโยคะ on the beach โปรแกรม wellbeing โปรแกรมกิจกรรมทำอาหารเพื่อสุขภาพ โปรแกรมฝึกสมาธิ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นโปรแกรมที่เจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะพิเศษ

3.3.7 การผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership)

ผลสรุปด้านการผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า “...ได้มีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชน เช่น สมาคม depa ที่พักสุขภาพ เช่น ลาภานาภูเก็ต และชีวิต ในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ต...” โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดได้จัดหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องมาอบรมเอกชนในด้านต่างๆ และร่วมสร้างการรับรู้เดียวกัน และส่งต่อให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานรัฐเข้ามาทำการตลาดให้

3.3.8 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation)

ผลสรุปด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่า “...ภาพการท่องเที่ยวที่ถูกนำเสนอออกไปและนักท่องเที่ยวมองสะท้อนกลับมายังเป็น Sun Sand Sea...” จึงควรเริ่มจากการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่อิงธรรมชาติและสอดแทรกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นของจังหวัดภูเก็ตให้นักท่องเที่ยวรับรู้ เช่น สปาทราย นวดไทย โนราบิค และมวยไทย เป็นต้น

นอกจากนี้ ควรมีการทำการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการนำเสนอความเป็น Thainess ความเป็นท้องถิ่นภูเก็ต และสมุนไพรไทยออกไปสู่สายตาคนทั้งโลกโดยมีรัฐเป็นสื่อกลางในการนำเสนอ ตอนนี้งานทำการตลาดสะท้อนภาพลักษณ์ภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากข่าวและการนำเสนอออกสู่ภายนอกยังไม่ดีพอ ต้องอาศัยคนในช่วยกระจายและสู่คนนอกให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นทั้งในรูปแบบ online และ offline

3.3.9 ผู้คน (People)

ผลสรุปด้านผู้คน (People) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า “...การนำเสนอศักยภาพแพทย์แผนไทย แบรินด์ที่พักสุขภาพระดับโลก ค่ายมวยไทย และผู้เชี่ยวชาญที่ให้บริการด้าน wellness เป็นการทำการตลาดที่ดี...” จังหวัดภูเก็ตมีผู้เชี่ยวชาญและที่พักแบรินด์ดังมากมายที่มีบุคลากรคุณภาพด้านสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตามบุคลากรคุณภาพที่มีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และบุคลากรใหม่ก็ยังคงพัฒนาทักษะต่าง ๆ

ทั้งนี้มองว่าภูเก็ตต้องเร่งมือในการพัฒนาคนและจุดแข็งคนที่มีความรู้ความสามารถด้านสุขภาพองค์รวมมาให้มากขึ้นในอนาคตเพื่อใช้คุณภาพคนเป็นจุดขายด้วย ซึ่งรัฐก็ได้มีการจัดอบรมพัฒนาคณะร่วมกับเอกชน เช่น การจัดอบรมหลักสูตรผู้จัดการสปา การจัดอบรมводแผนไทย อบรมหนีไฟ อบรมปฐมพยาบาล อบรมอื่นๆ ก็เป็นสิ่งที่ควรจัดให้มีทุกปี แต่การเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้ให้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน

3.3.10 กระบวนการและระบบการบริหารจัดการและขั้นตอน (Process)

ผลสรุปด้านกระบวนการและระบบการบริหารจัดการและขั้นตอน (Process) ภาคเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า “...กระบวนการบริหารจัดการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตมีการดำเนินงานตามหน้าที่ของหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายเป็นหลัก มีการบริหารจัดการแบบบูรณาการกันทุกภาคส่วน แต่ยังติดในขั้นตอนการปฏิบัติงานร่วมกับรัฐที่มีขั้นตอนที่ล่าช้าและเงื่อนไขพิเศษต่างๆ...” นอกจากนี้ระบบการจัดการด้านราคายังไม่ชัดเจน ควรมีการสร้างมาตรฐานราคาเดียวกัน เพื่อแข่งกันที่คุณภาพการให้บริการมากกว่าราคา

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า จังหวัดภูเก็ตมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นทำให้ยังไม่เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจน ยังต้องใช้เวลาในการนำเสนอขาย สร้างการรับรู้ในช่องทางที่หลากหลายขึ้นผ่าน online offline (e-WOM, WOM, Road show, events) และสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกระยะหนึ่งเพื่อมีความเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ สิ่งสำคัญอีกประการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพสู่ระดับโลกได้ คือ การบริการที่เฉพาะเจาะจงเหนือระดับ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้สูงและรสนิยมสูงต้องการการบริการที่พิเศษเฉพาะบุคคล

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้มีข้อค้นพบใหม่ว่า ส่วนประสมทางการตลาด 10 Ps อาจจะไม่เพียงพอต่อการใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำเป็นจะต้องมี P อีกตัวมาเพิ่ม เป็น 11Ps นั่นก็คือ “Personalize Service” หรือ “การบริการเฉพาะส่วนบุคคล” ซึ่งเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญอย่างมากเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการบริการที่ละเอียดอ่อนและมีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลอันเนื่องมาจากสภาพร่างกายและจิตใจที่ต้องการฟื้นฟูต่างกันทำให้ “Personalize Service” เป็น P ที่จำเป็นต้องเพิ่มเติมในการทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (10Ps) เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม พบประเด็นสำคัญดังนี้

- จังหวัดภูเก็ตมีอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นที่พัฒนาและส่งเสริมเป็น soft power และ brand positioning ได้ ได้แก่ วัฒนธรรมท้องถิ่น วัตถุดิบท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์สุขภาพจากชุมชน ธรรมชาติ ทะเล ศิลปะการแสดง การแต่งกายท้องถิ่น ผ้าปาเต๊ะ และอาหารท้องถิ่น

- ราคาสินค้าและบริการในจังหวัดภูเก็ตสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกระดับเนื่องจากมีความหลากหลายนักท่องเที่ยวสามารถเลือกราคาที่เหมาะสมตามความต้องการส่วนบุคคลได้ แต่ในด้านของผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ตจะประสบปัญหาด้านการแข่งขันสูงในเรื่องของราคาเนื่องจากมีการแข่งตัดราคากันส่งผลให้ควบคุมมาตรฐานและราคากลางได้ยาก

- มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเชิงสุขภาพผ่านทั้งแบบ Online และ Offline ทำให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างชาติได้ง่าย รวมถึงแนะนำแบบการบอกปากต่อปากของนักท่องเที่ยวจึงทำให้บริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเริ่มเป็นที่รู้จักและนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะ สปา และ นวดไทย และมีการส่งเสริมการขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอย่างเข้มข้นในปัจจุบัน

- สินค้าและบริการควรมีการพัฒนาเสนอขาย Package สุขภาพที่เชื่อมโยงไปยังจังหวัดรอบข้าง โดยการเสนอขายเป็นในภาพรวมอันดามัน เพื่อเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว และกระจายรายได้สู่เครือข่ายใกล้เคียง

- มีการจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะ ในจังหวัดภูเก็ตแต่ยังมีน้อยและเป็นที่รู้จักกันเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงควรเริ่มมีการสอดแทรกกิจกรรมเชิงสุขภาพ อีเว้นท์สุขภาพ ไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบปกติ และ เป็นทางเลือกเสริมให้นักท่องเที่ยวในเบื้องต้น เพื่อเพิ่มการรับรู้และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองใช้บริการ

- มีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชน และประชาชน ในการผลักดันบูรณาการทำงานเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีภาครัฐเป็นตัวประสานกลาง

- จังหวัดภูเก็ตมีผู้เชี่ยวชาญและมีบุคลากรคุณภาพด้านสุขภาพ ที่มีความพร้อมให้บริการทั้ง 6 ประเภทธุรกิจสุขภาพ ได้แก่ ความงาม ฟิตเนส (มวยไทย, ออกกำลังกาย) อาหารและโภชนาการ สปาและนวดไทยเพื่อสุขภาพ สถาบันการศึกษาด้านสุขภาพ และการฝึกสมาธิและจิตใจ แต่ยังคงต้องเร่งมือในการพัฒนาคนและบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านสุขภาพองค์รวมมาทำงานในระยะยาวให้มากขึ้น

- มีความพร้อมด้านที่พักแบรนด์ดังระดับโลกมากมายที่ได้รับการยอมรับมาตรฐานระดับสากล เช่น เครือดุสิตลาгуна เครือชีวาธรรม เครือintercontinental เครือrosewood เครือBanyan tree เป็นต้น

- มีลักษณะทางกายภาพความเป็นเกาะ ทะเล เมืองตากอากาศ ที่มีความ
ความโดดเด่น ในด้าน Sun Sand Sea ที่นำเสนอออกไปและเป็นภาพจำของนักท่องเที่ยวทั่วโลก
ซึ่งเหมาะสมต่อการมาพักผ่อนร่างกายและจิตใจอย่างมาก

- กระบวนการและการบริหารจัดการยังเป็นระบบที่รัฐนำจึงทำให้มีความ
ล่าช้า กระบวนการซับซ้อน ยุ่งยาก และขาดความต่อเนื่องบ้าง จึงจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมปรับระบบ
การจัดการให้ดีขึ้น โดยการลดขั้นตอนเพิ่มความรวดเร็ว ส่งเสริมให้ปรับระบบเป็นแบบ one stop
service เพื่อความคล่องตัว และทันสมัยมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ด้านการแอปพลิเคชันเพื่อการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Application) จังหวัดภูเก็ตควรจะมีการพัฒนา Application เพื่อ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว โดย application ประกอบไป
ด้วย กิจกรรมสุขภาพ คลินิกให้บริการสุขภาพที่ถูกต้องตามกฎหมายเชื่อถือได้ขึ้นทะเบียนกับ
สาธารณสุข แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ร้านอาหารสุขภาพ ร้านนวดเพื่อสุขภาพที่ถูกต้องตาม
กฎหมายเชื่อถือได้ขึ้นทะเบียนกับสาธารณสุข และข้อมูลโรงพยาบาลรัฐและเอกชนในจังหวัดภูเก็ต
โดยคิดว่าถ้าภาครัฐเป็นผู้ทำและขับเคลื่อน application อาจพบปัญหาขาดผู้ดูแลหลักในการ
update ข้อมูล เนื่องจากงบประมาณการดูแลที่ไม่ต่อเนื่อง ต้องจ่ายเงินต่อสัญญารายปี งบประมาณ
หยุด application ก็หยุดพัฒนาแล้วก็จะไม่มีการ update กลายเป็นเก่าไปใช้งานไม่ได้สิ้นเปลือง
งบประมาณ และอาจไม่ได้รับการตอบสนองการใช้งานเท่าที่ควร ถ้าจะทำการทำต่อยอดกับ
application ที่คนใช้งานเดิมบ่อยๆอยู่แล้ว เพราะช่องทางเหล่านั้นใช้งานง่ายและสะดวกในการ
เข้าถึงสำหรับผู้ให้บริการเป็นปกติ เช่น ช่องทาง Line หรือช่องทางที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นประจำเวลา
หาข้อมูลท่องเที่ยว เป็นต้น แต่จะดีกว่าถ้าถ้าเอกชนเป็นเจ้าของไปดูแลน่าจะดูแลได้และมีผู้
update ให้ข้อมูล active อยู่เสมอ...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...อีกโจทย์ที่จังหวัดภูเก็ตควร
พัฒนา คือ การกระจายรายได้ให้ทุกคนอยู่ได้ และมีค่าครองชีพที่สมดุลกับรายรับ จะทำให้เศรษฐกิจ
และความเป็นอยู่ของคนภูเก็ตดีขึ้น และการที่ภูเก็ตมีสิ่งปลูกสร้าง เช่น ศูนย์ Wellness หรืออื่นๆ
ไม่ได้สามารถสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตได้อย่างเพียงพอ ต้องพัฒนาด้านอื่นๆด้วย
นอกจากนี้บุคลากรผู้ให้บริการด้านสุขภาพจะต้องมีความรู้ในการบริการลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงมาก
ขึ้น เช่น แต่ละศาสนามีการบริการที่ไม่เหมือนกันเนื่องจากมีข้อจำกัดทางศาสนาต่างๆ นำศาสนา

ผสมผสานสร้างกิจกรรมสุขภาพให้น่าสนใจขึ้นเพื่อสร้างความแตกต่างจากที่อื่น การให้ข้อมูลและคำแนะนำด้านสุขภาพเบื้องต้น เป็นต้น ผู้ให้บริการจึงต้องมีความรู้ด้วย ในส่วนของชุมชนไม้ขาวภูเก็ตมีการทำสปาทรายซึ่งสามารถนำมาเป็นจุดขายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ แต่ยังไม่มีการวิจัยหรือผู้ศึกษาเชิงลึกศึกษาคุณสมบัติคุณประโยชน์ของทรายหาดไม้ขาวอย่างจริงจังและควรมีการสร้าง story เพิ่มเรื่องราวที่มาที่ไปให้มีความน่าสนใจมากขึ้นด้วย และควรมีการศึกษาเพิ่มในการให้บริการ Meditation เช่น กิจกรรมฝึกจิต ฝึกสมาธิในภูเก็ต เพิ่มเติมเพราะสามารถนำมาเป็นจุดขายในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตได้ตอนนี้มีแค่ที่พังงา...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...การ upskill ที่สำคัญคือให้ทุกคนเข้าใจ wellness จริงๆให้มากขึ้น คึ้นทำให้กับพนักงานเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ และออกกฎหมายและค่านิยามที่ชัดเจนให้ครอบคลุมมากขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แท้จริง และควรมีการ upskill reskill เพื่อเพิ่มคุณภาพให้กับชุมชนด้วยโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังและการพัฒนาการบริการที่ดีให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำคือการบริการแบบครอบครัว พูดคุยแนะนำข้อมูลอื่นๆให้เค้าได้ไม่ใช่แค่ข้อมูลสปา ดังนั้นพนักงานทุกคนนอกจากจะมีความรู้ด้านสุขภาพและบริการแล้วการเทรนพนักงานให้สามารถให้ข้อมูลท่องเที่ยวอื่นๆแก่ลูกค้าได้ก็เป็นสิ่งสำคัญ บางครั้งภาษากายที่แสดงออกมาก็สำคัญมากกว่าการสื่อสารเพราะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้และยังเป็นการสร้าง first impression ที่ดี...”

ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของผู้แทนจากหน่วยงานภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ท่านหนึ่งกล่าวว่า “...ถ้าในอนาคตมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตจริง อยากให้มีการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ และมีการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องก็จะทำให้ภาพลักษณ์จังหวัดในมุมมองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชัดเจนขึ้นและมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คนอยากมาท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ภูเก็ตต้องพัฒนาเมืองให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้สูงอายุ เพื่อเอื้อและอำนวยความสะดวกให้ทุกคนในจังหวัดภูเก็ตให้มีสุขภาพที่ดีอายุยืนมากขึ้น โดยการนำแนวคิด Universal Design และ Tourism for All มาปรับใช้เพื่อให้เป็นจังหวัดที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย...”

จากการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบประเด็นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตที่สำคัญ ดังนี้

- ควรมีการพัฒนา Application เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และพัฒนาฐานข้อมูลต่อไปยังระดับอันดามัน

- ควรมีการกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกระดับชั้น

- ควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ในการให้บริการลูกค้าแบบ

- เฉพาะเจาะจง (Personalize service) มากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพ

- ควรมีการออกกฎหมายและคำนิยามที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิง

- สุขภาพที่มีความชัดเจน ทันสมัย และครอบคลุมมากขึ้น พร้อมกับสร้างค่านิยมและความเข้าใจธุรกิจสุขภาพที่ตรงกันและถูกต้อง โดยเฉพาะประเด็นสปาสีขาว พร้อมกับสร้างความตระหนักให้กับผู้ประกอบการ และบุคลากรผู้ให้บริการในธุรกิจสุขภาพมากขึ้น

- ควรมีการ upskill reskill เพื่อเพิ่มคุณภาพให้กับชุมชน ผู้ประกอบการ และบุคลากรผู้ให้บริการเพื่อสร้างมาตรฐานกลาง

- พัฒนาเมืองให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้สูงอายุโดยการนำแนวคิด Universal Design และ Tourism for All มาปรับใช้

จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลด้านการพัฒนาตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 10A's และข้อมูลด้านการส่งเสริมตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 10P's จากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคผู้ปฏิบัติการ ได้ดังนี้



ตาราง 15 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต 10As

ประเด็นการพัฒนา	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาควิชาการ	ภาคปฏิบัติการ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction)	จังหวัดภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก มีความหลากหลายของทรัพยากร ท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น	ภูเก็ตเป็นเกาะที่ได้รับความนิยมลำดับที่ 5 ของโลก มีความโดดเด่นของหาดทรายที่สวยงามและมีศักยภาพสูงด้านแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ Sun Sand Sea แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ร้านอาหาร นวดเท้า นวดสปาที่มีมาตรฐานระดับโลก หลากหลายระดับและโรงพยาบาล อาหาร ศิลปะ	จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม ศาสตร์ นวัตกรรมไทยที่มีเอกลักษณ์ การบริการแบบ Thaiiness วัฒนธรรม ภูเก็ต และอาหารท้องถิ่น สมุนไพร	จังหวัดภูเก็ตยังมีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม ศาสตร์ นวัตกรรมไทยที่มีเอกลักษณ์ การบริการแบบ Thaiiness วัฒนธรรม ภูเก็ต และอาหารท้องถิ่น สมุนไพร
การเข้าถึง (Accessibility)	การคมนาคมระหว่างประเทศมีความหลากหลาย แต่ระบบขนส่งสาธารณะยังไม่หลากหลายและไม่มีตารางเวลาที่แน่นอนทำให้เกิดความล่าช้า ไม่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว	การเข้าถึงระดับ International มีความพร้อมสูง แต่ควรมีการขยายพื้นที่เพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้น และการเข้าถึงการคมนาคมในพื้นที่สูงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร เพราะยังไม่มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย	การคมนาคมเข้าถึงในจังหวัดภูเก็ตมีความสะดวกเข้าถึงง่าย เพราะมีการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกพื้นที่ในจังหวัด	การคมนาคมที่สะดวกเข้าถึงง่าย เพราะมีการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกพื้นที่ในจังหวัด

ประเด็นการพัฒนา	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาควิชาการ	ภาคปฏิบัติการ
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Activities)	กิจกรรมมีความหลากหลายที่โดดเด่น ได้แก่ โยคะ สปา นวดไทย อาหารสุขภาพ คาสตร์บำบัดความเครียด เรียนรู้การฝึกจิต รุ่งมวยไทย ความงาม ไตรกีฬา วัยรุ่น และดำน้ำ	มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากมายหลากหลายแบบ สามารถแบ่งได้เป็นกิจกรรมด้านกีฬา ซึ่งทำรายได้สูงให้กับอุตสาหกรรมด้านส่งเสริมสุขภาพ ความงาม และฟื้นฟูร่างกาย กิจกรรมด้านอาหารสุขภาพ กิจกรรมอีเว้นท์เพื่อสุขภาพ และ กิจกรรมนันทนาการต่างๆ	มีศักยภาพในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเยอะแยะมากมาย โดยเฉพาะกิจกรรมประเภทสปาต่างๆและสปอร์ตทั้งทางบกและทะเลที่เด่นชัด	ภูเก็ตตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาที่เดียวได้ครบทุกกิจกรรมเชิงสุขภาพในภูเก็ตทั้ง 6 ด้าน
การบริการเสริมด้านสุขภาพต่างๆ (Ancillaries)	มีธุรกิจเสริมด้านสุขภาพที่ครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาล รัฐและเอกชน ร้านนวดและสปา ศูนย์สุขภาพ คลินิกเวชกรรม ร้านทันตกรรม และร้านอาหาร สุขภาพ ฮาลาล งานประชุมและนิทรรศการ และอื่นๆ	มีความพร้อมไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารสุขภาพ ร้านนวดเพื่อสุขภาพ ร้านเครื่องดื่มสุขภาพที่เป็นแบรนด์ดัง มีความปลอดภัย มีร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง	ภูเก็ตศักยภาพในประเด็นการบริการเสริมด้านสุขภาพที่หลากหลาย และความพร้อมถ้วนในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งร้านอาหารและเครื่องดื่ม สุขภาพ โรงเรียนสอนสปา โรงเรียนสอนมวยไทย ที่พักสุขภาพ	ภูเก็ตมีบริการทางสุขภาพที่ครบครัน ได้แก่ โรงพยาบาลชั้นนำ ศูนย์สุขภาพ สถานที่ฝึกสมาธิและที่พักสุขภาพ ในลักษณะการบริการแบบ One stop service หรือ All in one
ที่พักแรม (Accommodation)	มีที่พักที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ทั้งในด้านราคา ระดับการ	มีที่พักหลากหลายประเภทที่มีบริการเสริมสปาและกิจกรรม สุขภาพ ในโรงแรมให้	มีที่พักสุขภาพที่มีชื่อเสียงแนว luxury ที่เป็น wellness ที่แท้จริง เช่น Suuko Wellness	ภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกทำให้มีที่พักหลากหลายตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้ทุกรูปแบบ

ประเด็นการพัฒนา	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาควิชาการ	ภาคปฏิบัติการ
	บริการ และประเภทของที่พัก และมีโรงแรมและรีสอร์ทชั้นนำที่เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะ	นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการ และที่พักแบบ Wellness Hotel และ Resort โดยเฉพาะมากขึ้น	& Spa Resort, Chivitr Wellness Retreat, Atmanjai และ Banyantree hotel & Resort เป็นต้น	
สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ (Amenities)	จังหวัดภูเก็ตนั้นมีครบและมีความเหมาะสมกับคนทุกช่วงวัย (Wellness for All)	ความพร้อมของ infrastructure หรือ โครงสร้างพื้นฐาน ในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับที่ดี มีระบบการบริหารจัดการและจัดโซนนิ่งดีขึ้นหลัง COVID-19	มีศักยภาพค่อนข้างครบ ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อสุขภาพ สถานประกอบการมีมาตรฐานและมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาปรับใช้	ภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพที่ครบครัน ทำให้นักท่องเที่ยวจะได้รับบริการสุขภาพต่างๆได้ครบ จบทีเดียวเมื่อมาเที่ยวภูเก็ต
บรรยากาศแวดล้อม (Atmosphere)	มีลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีทะเล ธรรมชาติที่สวยงาม เหมาะสมในการมาพักผ่อน ผ่อนคลาย มีอากาศดี	สภาพแวดล้อมของจังหวัดภูเก็ต มีความเหมาะสมและเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีบรรยากาศผ่อนคลาย ทะเล อากาศดี เหมาะแก่การพักผ่อน มาเที่ยวได้ทุกอย่าง	มีบรรยากาศเหมาะสมแก่การมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีสภาพแวดล้อมดี มีลักษณะทางกายภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมเหมาะสมแก่การมาศึกษาและพักผ่อนไปในตัว
การจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพ (Availability)	การจัดรายการนำเที่ยวในภูเก็ต มีลักษณะที่ต้นทางหรือนักท่องเที่ยวจะจับคู่สร้างเส้นทางขึ้นมาเองจากการหาข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ	การจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบ package ยังมีน้อยส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโปรแกรมรวมไปกับท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาวและ	การจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพจะอยู่ในกลุ่มโรงแรมที่จัดทำขึ้นเฉพาะกลุ่ม แต่สำหรับทั่วไปแล้วจะถูกสอดแทรกในระหว่างการท่องเที่ยว และเป็นตัวเลือกให้นักท่องเที่ยว	การจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีในกลุ่มโรงแรมที่จัดทำขึ้นเฉพาะกลุ่ม แต่สำหรับทั่วไปแล้วจะถูกสอดแทรกในระหว่างการท่องเที่ยว และเป็นตัวเลือกให้นักท่องเที่ยว

ประเด็นการพัฒนา	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาควิชาการ	ภาคปฏิบัติการ
		จัดบริการเสริมให้นักท่องเที่ยว ในลักษณะ day spa แต่ควรมี การเน้นการสร้าง package การท่องเที่ยวตาม demand ของนักท่องเที่ยว		เลือกใช้บริการตามความสนใจพิเศษ
การเป็นเจ้าภาพที่ดี (Amiability)	จังหวัดภูเก็ตทุกภาคส่วนมีความ พร้อมในการต้อนรับ นักท่องเที่ยว คนมีจิตใจที่รักการ บริการ มีทักษะด้านการบริการ ขั้นสูง มีมิตรไมตรี และพร้อม ต้อนรับความทุกเพศทุกวัยทั่ว ทุกมุมโลก รวมถึง LGBTQ	ทักษะการดูแลบริการอยู่ใน DNAของคนไทย และจังหวัด ภูเก็ตทำได้ดีในการเป็นเจ้าบ้าน ที่ดีเนื่องจากเป็นเมืองท่องเที่ยว มานาน	ทุกภาคส่วนในจังหวัดภูเก็ตมี ความพร้อมในการเป็นเจ้าบ้านที่ ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ	มีการต้อนรับลูกค้าด้วยมิตรไมตรีการ กล่าวสวัสดิ์ดีเป็นภาษาไทย การแสดง ความตั้งใจ ตั้งใจให้บริการลูกค้าด้วย มรรยาทในการบริการแบบไทยเพื่อ แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย
การมีส่วนร่วมของพันธมิตร (Alliances)	ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน วิชาการ ชุมชน มีความร่วมมือ กันเป็นอย่างดี โดยแบ่งความ รับผิดชอบหน้าที่ของ หน่วยงานเป็นหลัก	เครือข่ายทางด้านสุขภาพใน จังหวัดภูเก็ตที่มีความร่วมมือกัน ในการพัฒนาและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพร่วมกัน หลายหน่วยงานด้วยกัน ทั้งรัฐ เอกชน และมีการร่วมผลักดัน โครงการ Andaman Wellness Corridor (AWC)	ทุกภาคส่วนเป็นพันธมิตรกัน ทำงานแบบบูรณาการกับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน อย่าง ต่อเนื่องและมีการเพิ่มเครือข่าย ผ่านการทำ MOU	ภาครัฐมีส่วนในการผลักดันนโยบาย ภูเก็ตเป็นพื้นที่ 1 ในด้าน “Wellness & Health Hub และภาคการศึกษา สนับสนุนและจัดให้มีคอร์สสำหรับผู้ ให้บริการนวดและพนักงาน สปาเข้า ร่วมอบรมมากขึ้นเพื่อพัฒนาทักษะ และองค์ความรู้

ตาราง 16 สรุปผลการสัมภาษณ์ส่วนประสมทางการตลาดต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต 10Ps

ประเด็นการส่งเสริม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาควิชาการ	ภาคปฏิบัติการ
สินค้าและบริการ (Product)	จังหวัดภูเก็ตคือความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย สถานบริการด้านสุขภาพ โดยเฉพาะโรงพยาบาลผู้เชี่ยวชาญและมีโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรอง JCI มีความโดดเด่นในด้านอัตลักษณ์ของภูเก็ตที่สอดแทรกเข้าไปในการให้บริการด้านสุขภาพ สปา	จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมด้านสินค้าและบริการด้านสุขภาพที่มีคุณภาพและอัตลักษณ์ แต่ควรมีการรณรงค์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับภูเก็ต ไม่มีการให้บริการอื่นแอบแฝง	มีความหลากหลายจนขาดเอกลักษณ์	มอบบริการที่ดีจากใจให้กับลูกค้าให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่นทุกครั้งที่มาใช้บริการและทุกครั้งที่เราได้กลับบ้าน เราให้รู้สึกเหมือนกลับบ้าน และหาบริการแบบนี้นี่ที่อื่นไม่ได้ ซึ่งอัตลักษณ์นี้ไม่ใช่สินค้าหรือสิ่งที่มาซื้อได้ทั่วไปแต่เป็นการบริการแบบไทยจากใจคนไทย
ราคา (Price)	ราคาคุ้มค่ากับการบริการ	ราคาสินค้าและบริการในจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายตามคุณภาพการบริการ	มีการตราราคาสินค้าด้านการบริการสุขภาพ เช่น สปา นวด และอื่นๆ ส่งผลต่อภาพลักษณ์	ราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพ
สถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ประชาสัมพันธ์ Road show Health and Wellness ในประเทศและต่างประเทศ เช่น ยุโรป เอเชีย เยอรมัน อังกฤษ พัฒนาแอปพลิเคชัน	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเชิงสุขภาพผ่านทั้งแบบ Online และ Offline ในรูปแบบต่างๆตามพฤติกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้	การเสนอขายแบบ wellness tour ยังมีน้อยในการจัดโปรแกรมของบริษัทที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบันมีการเสนอขายผ่านโรงแรม สปา โรงเรียนมวยไทย	การบอกต่อปากต่อปากระหว่างลูกค้า

ประเด็นการส่งเสริม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาควิชาการ	ภาคปฏิบัติการ
สุขภาพของจังหวัดในการให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้มากขึ้น การส่งเสริมการขาย (Promotion)	จะต้องมีการโปรโมทออกไปสู่สายตานักท่องเที่ยวในลักษณะภาพรวมของจังหวัด ไม่ใช่เป็นการโปรโมทออกไปเป็นลักษณะเฉพาะองค์กรของเอกชน ผ่านงานอีเวนต์ต่างๆ เช่น wellness expo, wellness exhibition, wellness conference เป็นต้น และควรมีแผนปรับตลาดสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูง เน้นกลุ่ม High Value Tourist	ได้มีการพัฒนา "Wellness Tourism Platform" และมี การส่งเสริมการขายท่องเที่ยวสุขภาพผ่านทั้ง online และ offline ผ่านการออกงานอีเวนต์ Road show และ PR ผ่าน Social media ที่เป็นที่นิยม	พัฒนาสินค้าสุขภาพ และ สร้างสรรค์นวัตกรรม งานวิจัย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อนำไปต่อยอดและยกระดับสินค้าสุขภาพและ บริการให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับระดับสากล แต่ยังคง Lab ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่ระดับสากล	นำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาสอดแทรกเพิ่มมูลค่า wow factors ในการแปรรูปเป็นสินค้าและบริการสุขภาพ ให้ความแตกต่าง เช่น อาหาร การแต่งกาย ศาสตร์การนวด ไบโอบิค
การจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ (Packaging)	จังหวัดภูเก็ตมีแพคเกจสุขภาพที่หลากหลายนักท่องเที่ยวสามารถเลือกและจับคู่กิจกรรมเองได้ตามความชอบส่วนตัว	ควรมีการพัฒนาเสนอขาย Package ไปยังจังหวัดรอบข้าง ในภาพรวมอันดามัน เพื่อเพิ่มมูลค่าแพคเกจและไม่ว่าจะแพคเกจสุขภาพแบบ personalize หรือ	ขาดการเชื่อมโยงการบริการด้านสุขภาพร่วมกัน โปรแกรมต้องมีความชัดเจนและสร้างแพคเกจสุขภาพแบบองค์รวมร่วมกัน	การเชื่อมโยงแพคเกจกันระหว่างบริการสุขภาพต่างๆทั้ง 6 ด้าน และบริการอื่นๆในภูเก็ตเพื่อเสนอขายในภาพรวมและแบบแยกแพคเกจ

ประเด็นการส่งเสริม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาควิชาการ	ภาคปฏิบัติการ
ส่วนตัวเฉพาะบุคคล เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างประสบการณ์พิเศษให้กับนักท่องเที่ยว				
การมีนักกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership)	มีความร่วมมือแบบบูรณาการกันหลายหน่วยงาน กับองค์กรท้องถิ่นและองค์การบริหารส่วนจังหวัด อีกทั้งยังมีสถาบันอุดมศึกษาที่มีความพร้อมในพื้นที่ในการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	มีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชน ในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เกิด	ภาพรวมจังหวัดต้องสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งประเทศและต่างประเทศ ในรูปแบบพันธมิตร วิจัย แลกเปลี่ยนความรู้ ผลิตภัณฑ์ และเพิ่มขีดความสามารถของ บุคลากรร่วมกันทุกภาคส่วน	ทุกอย่างจะสำเร็จได้ต้องเกิดจากความร่วมมือของทุกภาคส่วนนั้น สนับสนุนความเป็นไทยส่งเสริมสู่ระดับโลก ทั้งผ้า อาหาร ดึงใส่ใจในรายละเอียด
การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Programming)	โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะยังมีย่อยส่วนใหญ่นี้เป็นโปรแกรมที่เอกชนจัดขึ้นเอง จะรู้เฉพาะวงในเท่านั้น ควรมีการจัดโปรแกรมที่เชื่อมโยงในภาพรวมทั้งจังหวัด	การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตยังมีน้อย และควรมีการจัดโปรแกรมพิเศษเฉพาะกลุ่ม เช่น โปรแกรมโยคะ on the beach โปรแกรม wellbeing โปรแกรมลดความอ้วน โปรแกรม detox โปรแกรมฝึกสมาธิ เป็นต้น	โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชื่อมโยงเส้นทางกับโปรแกรมการท่องเที่ยวอื่นๆที่มีความแตกต่างสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยวต่างไปจากที่อื่น	สร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ True wellness ร่วมกับโปรแกรมการท่องเที่ยวอื่นๆที่มีความแตกต่างสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยวต่างไปจากที่อื่น

ประเด็นการส่งเสริม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาควิชาการ	ภาคปฏิบัติการ
การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation)	มีระบบสาธารณูปโภคที่ค่อนข้างดี เข้มแข็ง มีการสนับสนุนการขับเคลื่อนสาธารณูปโภคจังหวัด การเข้าถึงสะดวกมี direct flight ทั้งในและนอกประเทศ	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถดึงดูดศักยภาพส่งเสริมเป็น soft power ใหม่ให้กับจังหวัดภูเก็ตโดยการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาสอดแทรกในการบริการ เช่น สมุนไพรรักษาโรค ยาดม น้ำมันนวดกลิ่นต่างๆ ผ้าบาเตะ ศาสตร์การนวด ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ขนม และอาหารท้องถิ่น เป็นต้น	บริการด้านสิ่งแวดล้อมได้เปรียบ ลักษณะทางกายภาพและทรัพยากรมีเยอะหลากหลาย หมอไทยเก่งระดับโลกมีบุคลากรเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียง แต่ยังขาดระบบขนส่งสาธารณะ infrastructure ที่เชื่อมโยงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ครบวงจร	การให้บริการแบบ Thainess นำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทยให้ต่างชาติได้รู้จัก มีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวและมีลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ผู้คน (People)	บุคลากรให้บริการด้านสุขภาพมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล แต่มีอัตราการ turnover สูง และบุคลากรย้ายไปทำงานต่างประเทศ เพราะรายได้ดีกว่าทำให้ในประเทศเสียบุคลากรคุณภาพ	มีผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาแบรนด์ดังมากมายมีบุคลากรคุณภาพแต่บุคลากรที่มีทักษะยังมีจำนวนไม่เพียงพอ ต้องพัฒนาจึงควรเร่งพัฒนาบุคลากรคุณภาพเพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคตเพิ่ม	บุคลากรไม่เพียงพอ ซึ่งภาควิชาการสามารถร่วมมือผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพความรู้และทักษะ โดยอาจารย์ที่สอนต้องมีประสบการณ์เชี่ยวชาญควรสนับสนุนให้มีบัตรมีคุณูปการสำหรับนำเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะ	ทุกคนที่ทำงานสายสุขภาพจำเป็นต้องมีใบรับรองคุณวุฒิ ต้องรักษามาตรฐานการบริการ พัฒนาตนเองในด้านความรู้และทักษะอยู่เสมอ ยึดมั่นในจรรยาบรรณ ข้อสัตย์ต่อตนเอง ลูกค้า เพื่อร่วมงานองค์กร และมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า

ประเด็นการส่งเสริม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาควิชาการ	ภาคปฏิบัติการ
กระบวนการและระบบการ บริหารจัดการและขั้นตอน (Process)	จังหวัดภูเก็ตได้มีการแบ่ง ภาระหน้าที่ในการบริหาร จัดการด้านการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพตามความเหมาะสม ของบริบทหน่วยงานต่างๆ	ควรมีระบบการบริหารจัดการ แบบ one stop service และ รูปแบบการบริหารที่คำนึงถึง ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และการ บริหารจัดการด้านรายยังไม่ ชัดเจน	ยุทธศาสตร์ระดับประเทศ ภาค และจังหวัดได้วางแผนการ ดำเนินงานและให้การ สนับสนุนอย่างชัดเจน	รักษามาตรฐานการบริการ ความ สะอาด ความปลอดภัย ตาม มาตรฐานของสาธารณสุขและ องค์กรอย่างเคร่งครัด

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่องนี้ “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต 4) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key information) ประกอบไปด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จาก 4 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคผู้ประกอบการ ภาคนักวิชาการ จำนวน 21 คน โดยใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของข้อมูล (สุภาวงศ์ จันทวานิช 2553, หน้า 128-130) ทั้งนี้ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต” สรุปตามประเด็นวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

ประเด็นที่ 1 องค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาเพื่อสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (10A's)

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ในการศึกษาศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว (10A's) ที่ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction) จังหวัดภูเก็ตเป็นที่รู้จักในนามของแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับ World class ที่มี

ศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นในด้านความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่เหมาะสมแก่การเดินทางมาท่องเที่ยวและทำกิจกรรมเชิงสุขภาพ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สมบูรณ์ทั้งทางบกและทางน้ำ มีความโดดเด่นด้านทะเลและชายหาด และกิจกรรมดูแลสุขภาพแบบองค์รวมทั้งกาย จิตใจ และบริการสุขภาพทั้ง 6 ประเภท ได้แก่ อาหารสุขภาพ ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ สปาเพื่อสุขภาพ เรียนรู้คอร์สกิจกรรมสุขภาพ ความสวย ความงาม และฟิตเนส จึงถือได้ว่าจังหวัดภูเก็ตมีทุนทางศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างสมบูรณ์แบบสามารถมาเที่ยวทีเดียวได้ครบทุกกิจกรรมเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตพร้อมกับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆด้วย

2. ศักยภาพด้านการเข้าถึง (Accessibility) จังหวัดภูเก็ตมีโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่ดีและมีความปลอดภัย อีกทั้งยังมีระบบสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีระบบอินเทอร์เน็ต (wifi) ในการรองรับนักท่องเที่ยว สำหรับประเด็นทางด้านการคมนาคมระหว่างประเทศ นั้นมีความสะดวกสบายเนื่องจากการสายการบินนานาชาติและสายการบินในประเทศจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามการเข้าถึงการคมนาคมในพื้นที่จังหวัดสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสถานที่ต่าง ๆ ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควรทำให้นักท่องเที่ยวเสียเวลาในการเดินทางและต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรถสาธารณะหรือรถเช่าในอัตราที่สูง รวมถึงการเข้าถึงการบริการด้านสุขภาพต่างๆยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มยังต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับรู้มากขึ้น นอกจากนี้ในปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตได้มีบริการ tele medicine ที่เป็นทางเลือกใหม่ให้นักท่องเที่ยวและประชาชนเข้าถึงบริการด้านสุขภาพได้ง่ายและสะดวกขึ้น

3. ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Activities) กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลาย รูปแบบเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมด้านกีฬา เช่น มวยไทย ไตรกีฬา ดำน้ำ เซิร์ฟ เรือใบ กอล์ฟ ซึ่งทำรายได้สูงให้กับจังหวัดภูเก็ต กิจกรรมด้านส่งเสริมสุขภาพ ความงาม และฟิตเนสร่างกาย ได้แก่ สปา นวดไทย ศูนย์สุขภาพ wellness clinic คลินิกความงาม โรงพยาบาลที่มีมาตรฐานระดับสากล อาหารสุขภาพ คลินิกแพทย์แผนไทย โยคะ ฟิตเนส Beach Yoga ธรรมชาติบำบัด กิจกรรมอีเว้นท์เพื่อสุขภาพ ได้แก่ การประชุมทางการแพทย์ ตลาดนัดสุขภาพ งาน Phuket Health Expo กิจกรรมนันทนาการ ได้แก่ สวนน้ำ เดินป่า ขอบปิ้ง เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะเป็นการแนะนำโดยการบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเป็นส่วนใหญ่และมีการจัดกิจกรรมเข้าไปสอดแทรกอยู่ในรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการด้านที่พัก ซึ่งปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตได้มีนโยบายการพัฒนาสู่การเป็น medical and wellness hub ตามแผนยุทธศาสตร์จังหวัดและประเทศจึงทำให้เริ่มมีที่พักเชิงสุขภาพโดยเฉพาะ รวมถึงที่พักทั่วไปก็เริ่มมีการปรับตัวนำกิจกรรมเชิงสุขภาพ อาหารสุขภาพ เข้าไปเป็นบริการส่วนหนึ่งในที่พักเพื่อบริการนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันการให้บริการในส่วนของกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเหล่านี้มีการคิดอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างสูง ผู้ใช้บริการจึงจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจกิจกรรมเชิงสุขภาพจริง ๆ เท่านั้น

4. ศักยภาพด้านการบริการเสริมด้านสุขภาพต่างๆ (Ancillaries) จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการที่จะรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยบริการที่มีจุดเด่นเอกลักษณ์ในการผสมผสานการบริการแบบ Thainess และวัฒนธรรมภูเก็ตเข้าไปในบริการสุขภาพรูปแบบต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาลรัฐและเอกชน ร้านนวดและสปา ศูนย์สุขภาพ คลินิกเวชกรรม ร้านทันตกรรม และร้านอาหารสุขภาพ ฮาเลล และอื่น ๆ ล้วนแล้วแต่เป็นบริการเสริมที่จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการที่จะรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการจัดงานอีเวนต์ต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้จังหวัดภูเก็ตมีโรงเรียนแพทย์ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตบุคลากร Wellness Health จากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งจังหวัดภูเก็ตได้มีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและได้รับงบประมาณในการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ (wellness center) ในอนาคตเพื่อกระตุ้นและแสดงศักยภาพความพร้อมในการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวจะได้รับบริการสุขภาพต่าง ๆ ได้ครบจบที่เดียวเมื่อมาเที่ยวภูเก็ต ในลักษณะการบริการแบบ One stop service หรือ All in one จึงถือได้ว่าจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมครบถ้วนในศักยภาพส่วนนี้

5. ศักยภาพด้านที่พักแรม (Accommodation) จังหวัดภูเก็ตมีจุดเด่นที่การมีหลากหลายในประเภทของที่พักแรม ระดับการบริการ และมีราคาหลายระดับ ส่งผลให้ที่พักในจังหวัดภูเก็ตสามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้ทุกประเภทและทุกระดับชั้น และประเภทของที่พักทั่วไปทั้งถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย อีกทั้งยังมีที่พักที่เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น ที่พักแนวสุขภาพหรือที่เรียกว่า Wellness Accommodation ที่ให้บริการโปรแกรมสุขภาพแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงและทางอ้อมในระหว่างเข้าพักผ่อนที่มีมาตรฐานและแบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับในระดับชั้นนำของประเทศ ซึ่งในปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตได้มีจำนวนที่พักแบบ Wellness Hotel และ Resort ที่เน้นด้านกิจกรรมเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้ง ยังควรมีการพัฒนาภายใต้ความร่วมมือกันระหว่างโรงพยาบาลมาบูรณาการกับที่พักแรมหรือโรงแรม เพื่อให้เกิด wellness center ที่ครบวงจร (Hospital) ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ นอกจากนี้ ปัจจุบันเริ่มมีโรงแรมที่พัฒนาบริการแพ็คเกจสุขภาพร่วมด้วยกับการให้บริการที่พักเพิ่มมากขึ้นภายหลังสถานการณ์โควิด 19 ทำให้พบว่า ตัวกลางที่สำคัญ คือ เทคโนโลยีที่เป็นตัวเชื่อมในการช่วยประสานสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว

6. ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) จังหวัดภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพที่ครบครัน ได้แก่ พื้นที่สาธารณะเพื่อสุขภาพ เช่น สวนสาธารณะขนาดใหญ่ทุก

อำเภอ อ่างเก็บน้ำ เขื่อน เป็นต้น สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่มีมาตรฐานกระจายตัวอยู่ในจังหวัดอย่างทั่วถึง เช่น คลินิก โรงพยาบาล ร้านอาหารสุขภาพ โรงเรียนสปา โรงเรียนมวยไทย บริษัททัวร์ที่มีโปรแกรมสุขภาพ ฟิตเนส เป็นต้น โดยจังหวัดภูเก็ตมีร้านนวดที่จดทะเบียนทั้งหมด 750 ร้าน และมีจำนวนพนักงานที่มีใบประกอบวิชาชีพ 9,800 คน ซึ่งมี demand และ supply ที่สอดคล้องซึ่งกันและกันจึงทำให้ไปควบคู่กันได้ มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย และการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการบริการเชิงสุขภาพ ศักยภาพเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ตเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและประชาชนทุกช่วงวัยและพร้อมที่จะพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางเชิงสุขภาพสำหรับทุกคน หรือ เรียกว่า “Phuket : Wellness Destination for All” แต่อย่างไรก็ตามสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพควรมีการเพิ่มเติมเอาใจใส่ในประเด็นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เนื่องจากความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและเรียกความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และควรปรับปรุงในเรื่องของป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และป้ายที่แสดงถึงจุดจอดรถประจำทางในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากปัจจุบันป้ายบอกทางดังกล่าวยังไม่ชัดเจน ซึ่งทำให้เกิดความไม่สะดวกและปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ทางจังหวัดได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) เพื่อรับข้อมูลร้องทุกข์สำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ช่วยอำนวยความสะดวกและสร้างความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา แต่ยังคงมีความซับซ้อนเข้าถึงยากทำให้ไม่เป็นที่แพร่หลาย

7. ศักยภาพด้านบรรยากาศแวดล้อมและสิ่งแวดล้อม (Atmosphere) จังหวัดภูเก็ตมีลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากมีความโดดเด่นคือเป็นเกาะล้อมด้วยทะเลและมีธรรมชาติที่สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (world class tourism destination)เหมาะสมต่อการมาพักผ่อน ผ่อนคลาย อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีอากาศดีไม่มีฝุ่น P.M. 2.5 อากาศและอุณหภูมิที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัยตลอดทั้งปี มีพื้นที่สาธารณะเพื่อเดินออกกำลังกายสุดอากาศบริสุทธิ์ มีสวนผักอเนกนิค จังหวัดภูเก็ตจึงมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้งยังมีศักยภาพสูงและเอื้อต่อการส่งเสริมให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกได้ ด้วยศักยภาพและความโดดเด่นของจังหวัดภูเก็ตจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวภูเก็ตจะได้สุขภาพที่ดีกลับไปด้วยโดยการมาพักผ่อนและพักผ่อนไปพร้อมๆกัน

8. ศักยภาพด้านการจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพ (Availability) การจัดรายการนำเที่ยวในภูเก็ตนั้นมีลักษณะที่ต้นทางหรือนักท่องเที่ยวจะจับคู่สร้างเส้นทางขึ้นมาเองจากการหาข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เนื่องจากปัจจุบันการจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบ package ยังมีอยู่จำนวนน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโปรแกรมรวมไปกับท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว และการจัดบริการหรือกิจกรรมเสริมให้นักท่องเที่ยวเลือกทั้งในโรงแรมและนอกโรงแรม โดยเน้นการสร้าง package การท่องเที่ยวตาม demand ของนักท่องเที่ยว เช่น ทริปเจริญสติ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบัน

จังหวัดภูเก็ตได้เร่งฟื้นฟูการท่องเที่ยวให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้น และเน้นการกระจายรายได้การท่องเที่ยวไปยังชุมชนต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น นอกจากนี้ ได้มีภาคเอกชนดำเนินการจัดทำแพลตฟอร์ม (platform) ชื่อ cocoecept มาใช้ในการออกแบบจัดโปรแกรมนำเที่ยวแนวสุขภาพ (wellness)

9. ศักยภาพด้านการเป็นเจ้าภาพที่ดี (Amiability) ปัจจุบันทักษะการบริการด้านสุขภาพมีความแตกต่างกับทักษะการบริการด้านการท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในประเภทการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ดังนั้นการบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตจึงควรเป็นการบริการที่พิเศษเจาะจงเฉพาะกลุ่ม ผู้ให้บริการต้องมีความรู้และเชี่ยวชาญด้านสุขภาพครบวงจร และมีทักษะการบริการขั้นสูง ซึ่งบุคลากรและประชาชนในจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีอย่างมาก เพราะผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการบริการอยู่แล้วแต่อย่างไรก็ตาม ผู้คนส่วนใหญ่ยังไม่มีความเข้าใจเชิงลึกเท่ากับภาคธุรกิจบริการอย่างการบริการในโรงแรม ซึ่งเป็นจุดที่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะต้องใส่ใจและเพิ่มศักยภาพ ไม่ว่าจะเป็นในด้านภาษา ด้านการบริการ ด้านความรู้ด้านสุขภาพองค์รวมซึ่งแต่ละประเทศจะมีองค์ความรู้ของตนเอง และควรมีการพัฒนาการบริการเป็นการบริการเฉพาะบุคคล (Personalized service) เพื่อยกระดับการบริการด้านสุขภาพให้เป็นระดับ Premium มากขึ้น เช่น การสอบถามข้อมูลสุขภาพเฉพาะรายบุคคลของลูกค้า การจัดโปรแกรมและกิจกรรมเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับความสนใจช่วงวัยและความแข็งแรงของร่างกาย การจัดอาหารที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเฉพาะบุคคล เป็นต้น

10. ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของพันธมิตร (Alliances) ในจังหวัดภูเก็ตทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน วิชาการ ชุมชน มีความร่วมมือกันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะการสร้างเครือข่ายทางด้านสุขภาพที่มีความร่วมมือกันในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพร่วมกัน และได้มีส่วนร่วมในการทำงานแบบบูรณาการอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดทำโครงการและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตที่เน้นย้ำด้านการพัฒนาจังหวัดสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาชาติ 20 ปี จึงทำให้จังหวัดภูเก็ตมีความชัดเจนในการดำเนินงานเป้าหมายและโมเดลการบริหารจัดการที่สามารถพัฒนาเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับจังหวัดอื่นๆได้ ปัจจุบันเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตที่มีบทบาทสำคัญสามารถแบ่งได้ตามหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน ได้แก่ สมาคมสปาเพื่อสุขภาพภูเก็ตและสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ภูเก็ตทำหน้าที่ในการขับเคลื่อน สำนักงานสาธารณสุขภูเก็ตทำหน้าที่ดูแลและวางแผนยุทธศาสตร์จังหวัดในการพัฒนาเสาหลักด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพัฒนาเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการบริการส่งเสริมสุขภาพ (Medical Hub & Wellness Hub) ตามแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต รวมทั้งทำหน้าที่ในการประสานงานทุกมิติ เช่น ข้อกำหนดกฎหมายและนโยบาย เป็นต้น สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดภูเก็ตได้ทำหน้าที่ในการพัฒนาและสนับสนุนประชาสัมพันธ์ และการ

ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ตทำหน้าที่ช่วยสนับสนุนยื่นเอกสารประสานงาน สำนักงานจังหวัด และหน่วยงานระดับภูมิภาคท้องถิ่นในพื้นที่ ทั้งนี้ได้มีการจัดทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ร่วมกันระหว่างโรงแรม โรงพยาบาล และสปาสุขภาพ เพื่อเพิ่มโอกาสการรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เข้ามาพำนักระยะยาวขึ้นอย่างครบวงจร อีกทั้งยังได้มีการบูรณาการกันทำงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐ เอกชน วิชาการ และชุมชนในการจัดทำแผนโครงการ Andaman Wellness Corridor (AWC) โดยมีภาครัฐเป็นเจ้าภาพในการจัดทำร่าง พรบ.ยกระดับกระตุ้นเพื่อพัฒนาโครงการ Andaman Wellness Corridor (AWC)

ประเด็นที่ 2 สิ่งที่โดดเด่นที่สุดและอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่โดดเด่นก้าวหน้าไปไกลกว่าจังหวัดอื่น ๆ มีภาคเอกชนที่เข้มแข็ง ภาครัฐทำหน้าที่เรียนรู้และแลกเปลี่ยน คนท้องถิ่นและชุมชนเป็นผู้ลงมือทำ และมีเป้าหมายที่จะปรับคุณภาพการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น โดยมุ่งเน้นผลักดันการท่องเที่ยวมูลค่าสูงที่เน้นคุณภาพ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่โดดเด่นที่สุดและอัตลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านชื่อเสียงเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลกเป็นที่รู้จักถือว่าเป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาภูเก็ตจบครบในที่เดียว (All in One/Tourism for All) การเป็น TOP 5 tourist destination ทำให้จังหวัดภูเก็ตได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวระดับต้นๆ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีความหลากหลายของทรัพยากรทำให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะพิเศษหลายประเภท ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของจังหวัดภูเก็ตคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความต้องการประสบการณ์ใหม่ ใส่ใจสุขภาพ หลีกเลี้ยงที่มีคนเยอะ และเน้นคุณภาพมากขึ้น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มใหม่ของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตจะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่น (young traveler) และ กลุ่มครอบครัว (family) ที่นิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก มีความถี่ในการท่องเที่ยว และมีระยะเวลาท่องเที่ยวที่สั้นลง

2. ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เช่น โรงพยาบาลรัฐ และเอกชนที่มีมาตรฐาน บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ ศูนย์การแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ ระบบสาธารณสุข สถานศึกษาที่ส่งเสริมด้านสุขภาพ ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับระดับสากล ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีความโดดเด่นของ โรงเรียนมวยไทยระดับโลก อาทิเช่น ไทเกอร์มวยไทย Phuket flight Club โรงเรียนสปา อาทิเช่น Banyan tree Spa and wellness Academy โรงเรียนภูเก็ตไทยสปา ที่พักเชิงสุขภาพแบรนדרดับโลก อาทิเช่น Banyan tree, Amatara Welleisure Resort, InterContinental Phuket

Resort, Amanpuri และฟิตเนสที่มีมาตรฐานสากลที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเชิงสุขภาพทั่วโลกมาใช้บริการอีกด้วย

3. ด้านวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีอัตลักษณ์ความเป็นภูเก็ตที่สอดแทรกเข้าไปในการบริการ การแต่งกาย อีกทั้งยังสามารถนำวัฒนธรรมภูเก็ตดั้งเดิม อาหาร ชุดแต่งกาย มาใช้ผสมผสานกับ วัฒนธรรมสมัยใหม่ได้อย่างร่วมสมัย การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ ทุกสถานประกอบการด้านสุขภาพควรมีเอกลักษณ์ของตนเอง ในส่วนของการยกระดับศักยภาพและภูมิปัญญาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ควรมีการนำอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมมาสอดแทรกในการตกแต่ง หรือสถาปัตยกรรมในสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น การนำผ้าปาเต๊ะมาตกแต่งในสปา การออกแบบอาคารโดยสถาปัตยกรรมชิโนยูโรเปียน การใช้ลูกประคบทราย ผลิตภัณฑ์สุขภาพจาก วัตถุดิบท้องถิ่น และการจัดกิจกรรมสุขภาพ เช่น โนราบิค การนวดและอบสมุนไพรจากภูมิปัญญา พื้นบ้าน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถนำมาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าได้ภายใต้แนวคิด Local to Global นอกจากนี้ ควรมีการนำอัตลักษณ์ที่มีนำมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าในรูปแบบนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตได้ ได้แก่ อาหารท้องถิ่น พืชสมุนไพร (กระเจี๊ยบเขียว หนุ่ยช้าง ส้มควาย ผักลิ้นห่าน) วิถีชีวิต (บาบ้ายาย่า) วัฒนธรรม (ไทย จีน) ทะเลบำบัด สปาทราย(บ้านไม้ขาว) สามารถนำมาเพิ่มมูลค่า ใน package ท่องเที่ยวภูเก็ตได้ เพื่อนำจุดนี้มาเป็นจุดขายให้ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตเป็นที่รู้จักและ ภูเก็ตควรมีการเริ่มศึกษาถึงคุณสมบัติเหล่านี้อย่างจริงจัง เพื่อนำมาต่อยอดเป็นจุดขายสปาทะเลภูเก็ต

4. ด้านความเข้มแข็งของทุกภาคส่วน ภาครัฐ เอกชน วิชาการ และชุมชน ร่วมมือกัน อย่างจริงจังและมีการร่วมบูรณาการงบประมาณในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน จังหวัดภูเก็ต มีการสร้าง mou เครือข่ายทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ด้านภูมิปัญญาและสมุนไพรพื้นถิ่น ในการนำมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ กิจกรรมและ บริการด้านสุขภาพที่สร้างความแตกต่างให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตาม ยังต้องมีการพัฒนาในลักษณะการนำสิ่งเหล่านี้มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ รวมถึงการ พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการซ้ำมากขึ้นอัตลักษณ์ของ ภูเก็ต คือ ความหลากหลาย เช่น ความหลากหลายทางอาหาร ความหลากหลายทางการบริการด้าน สุขภาพ พืชสมุนไพร (กระเจี๊ยบเขียว หนุ่ยช้าง ส้มควาย ผักลิ้นห่าน) เป็นต้น ซึ่งสมุนไพรดังกล่าวได้ ถูกนำมาพัฒนาสร้างมูลค่า อาทิเช่น เครื่องสำอางจากกระเจี๊ยบและส้มควาย และอาหารขึ้นชื่อ เฉพาะถิ่นอย่างเบือทอดจากหนุ่ยช้าง ผัดผักลิ้นห่าน ปัจจุบันธุรกิจด้านสุขภาพเช่น สปา ที่พัก ได้มี การนำความโดดเด่นในด้านอัตลักษณ์ของภูเก็ตสอดแทรกเข้าไปในการให้บริการด้านสุขภาพ สปา เช่น welcome drink ที่มีส่วนผสมของสับปะรดและสมุนไพร เสิร์ฟขนมเต้าส้อพื้นเมืองเป็นของว่าง เป็นต้น

ประเด็นที่ 3 สถานการณ์ปัจจุบันของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

การบริหารการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งด้านการท่องเที่ยวและโรงพยาบาลมีความพร้อมมีความเข้มแข็งมั่นคงเพียงพอ แต่จังหวัดภูเก็ตยังสามารถพัฒนาการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้นได้เนื่องจากปัจจุบันอยู่ในช่วงที่เริ่มพัฒนา เปลี่ยนแปลง และกำลังขยับสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การที่จะพัฒนาไปได้อย่างมั่นคงนั้นสิ่งสำคัญคือการบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน การปูพื้นฐานความรู้ด้านสุขภาพองค์รวมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ สร้างระบบความปลอดภัยที่ดี และมีมาตรฐานด้านสุขภาพที่ดี โดยการส่งเสริมจากภาครัฐ เอกชน และวิชาการ ในลักษณะชุดความรู้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดมาตรฐาน wellness ที่ชัดเจนมากขึ้นเพื่อสร้างกรอบมาตรฐานของการบริการและสถานประกอบการเชิงสุขภาพที่ชัดและเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งการที่ทุกภาคส่วนร่วมมือกัน ก็จะสามารถสร้างความก้าวหน้าที่ยั่งยืนด้านสุขภาพให้จังหวัดภูเก็ตได้

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

การศึกษาวัดภูประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ในช่วงอายุ 25-39 มีสถานะแต่งงาน ไม่นับถือศาสนา สัญชาติยุโรป ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2501 – 3500 ดอลลาร์สหรัฐ ไม่เคยมีประวัติการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอย่างน้อย 7 วัน เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม ใช้บริการเช่ารถมอเตอร์ไซด์/รถยนต์ รับทราบข้อมูล/ข่าวสารด้านบริการสุขภาพจากอินเทอร์เน็ต เคยเข้าร่วมโปรแกรมด้านสุขภาพหรือใช้บริการด้านสุขภาพอย่างน้อย 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาสุขภาพ เหตุผลหลักในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย ส่วนใหญ่นิยมเข้าใช้บริการแพคเกจสปา ใช้จ่ายเงินในการเข้าร่วมโปรแกรมหรือบริการด้านสุขภาพ น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่สนใจในโปรแกรมสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ โปรแกรมออกกำลังกาย (เทรนนิ่งส่วนตัว) และโปรแกรมฝึกสมาธิเพื่อบำบัดร่างกายและจิตใจ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ ปัจจัยด้านบรรยากาศ/สภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านราคาสมเหตุสมผล และปัจจัยด้านการบริการอย่างมี

อาชีพ มีความสำคัญมากที่สุด ระดับความคิดเห็นในด้านความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและ
จองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตจากบุ๊กกิ้ง ดอท คอม เว็บไซต์ / แอปพลิเคชันออนไลน์ และ
การเข้าใช้บริการโดยตรงกับสถานบริการในระดับบางครั้ง

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

การศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อ
สุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (Push and Pull
Motivation Factors) สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยผลักดัน (Push factors) ได้แก่ **ด้านการผ่อนคลายและการหลบหนี** ผู้ตอบ
แบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การใช้
เวลาเพื่อให้ร่างกายสดชื่นและผ่อนคลาย, **ด้านการรับรู้** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้าน
แรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการหลีกเลี่ยงจากกิจวัตรประจำวัน และมีแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการ
หลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมประจำ, **ด้านอิสระภาพในการจูงใจ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น
ด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการรับประสบการณ์ด้านสุขภาพที่ดีควบคู่ไปกับประสบการณ์การ
ท่องเที่ยวอื่น ๆ, **ด้านการพัฒนาตนเอง** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการรู้สึกถึง
ความสงบจากภายใน การรับประสบการณ์เกี่ยวกับสุขภาพองค์รวม, **ด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ**
มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการฟื้นฟูจิตใจ (จิต) การฝึกสมาธิ (จิตวิญญาณ), **ด้าน**
การเข้าถึงชมและการเชื่อมความสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจใน
ระดับมากที่สุดต่อการแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดีย และการตามกระแสการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพ

ปัจจัยดึงดูด (Pull factors) ได้แก่ **ด้านการส่งเสริมการตลาด/ช่องทางการจัดจำหน่าย**
มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการมีโปรโมชั่นหลากหลาย (ส่วนลด ชื้อ 1 แถม
1 แพคเกจสุดคุ้ม) ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต การโฆษณาหลายช่องทาง (ออนไลน์
/ ออฟไลน์) และการรีวิวออนไลน์ / ออฟไลน์ (การรีวิวออนไลน์โดยผู้มีอิทธิพล / ยูทูบเบอร์ / ญาติ),
ด้านผลิตภัณฑ์/สินค้าและบริการ มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการมีศูนย์
สุขภาพที่มีคุณภาพสูง, **ด้านราคา** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อราคา
คุณภาพ คำนึงกับเงินที่จ่ายไป แพคเกจสุขภาพมีหลากหลายราคาให้เลือก และการแสดงราคาที่
ชัดเจน, **ด้านสถานที่** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการที่จังหวัดภูเก็ตมีสิ่ง
อำนวยความสะดวกที่ดีเหมาะสมแก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, **ด้านลักษณะทางกายภาพ** มีระดับ

ความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการมีสถานที่แออัดต่อสุขภาพ (ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่พักรักษาสุขภาพ โรงพยาบาลเพื่อสุขภาพ โรงเรียนและมหาวิทยาลัยที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ฟิตเนส ศูนย์สุขภาพ สถานที่ทำงานเพื่อสุขภาพเมืองแห่งสุขภาพ) การมีกิจกรรมเพื่อสุขภาพ (กีฬา การฟื้นฟูจิตใจ การรับประทานอาหาร การผ่อนคลาย การนอนหลับ การศึกษา) และการมีสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ (พื้นที่สีเขียวสาธารณะ เป็นมิตรกับคาร์บอน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม บรรยากาศ), **ด้านกระบวนการให้บริการ** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อมาตรฐานคุณภาพการบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (ความรวดเร็วในการให้บริการ) ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกสบายในการเข้าถึงการบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (ออนไลน์/ออฟไลน์), **ด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการที่ผู้ให้บริการมีทักษะและความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (มีความเชี่ยวชาญ, **ด้านการจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อแพคเกจสพานวดเพื่อสุขภาพ แพคเกจการออกกำลังกาย แพคเกจดูแลความงาม, **ด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการที่จังหวัดภูเก็ตมีงานอีเว้นท์และเทศกาลที่น่าสนใจสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น กิจกรรมกีฬา ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมสมุนไพรรักษา) การที่จังหวัดภูเก็ตมีกิจกรรมพิเศษที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น สปา สุขภาพจิต มวยไทย โยคะ การทำอาหารเพื่อสุขภาพ), และ**ด้านการผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อพันธมิตรภาคเอกชนด้านสุขภาพ พันธมิตรภาคชุมชนด้านสุขภาพ

จากผลการศึกษาในระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 6 ด้าน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า **ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่รับจากบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการตั้งอยู่ในทำเลที่ดีและการมีระบบการจองและชำระเงินที่หลากหลาย, **ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการที่ผู้ให้บริการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีและชัดเจนในหลากหลายภาษา, **ด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการมีความแม่นยำในการใช้คำศัพท์เฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการอธิบายข้อมูล และการให้ข้อมูลเฉพาะทางด้านสุขภาพ, **ด้านความพึงพอใจต่ออรรถาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อพนักงานแต่งกายสะอาดและเรียบร้อย พนักงานมีความมั่นใจและคิดบวก

พนักงานเอาใจใส่ในการบริการ และพนักงานมีใจบริการ, **ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อพนักงานมีความรู้ ทักษะและจรรยาบรรณในการบริการ อุปกรณ์บริการด้านสุขภาพมีความทันสมัยและคุณภาพสูง, และ **ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อประสบการณ์ด้านสุขภาพที่ได้รับยอดเยี่ยมคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป คุณภาพ การบริการคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และการบริการ/แพคเกจเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีราคาที่ สมเหตุสมผล

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (10P's) เพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดภูเก็ต สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สินค้าและบริการ (Product)

จุดเด่นของสินค้าและบริการเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต คือ ธรรมชาติ ความ หลากหลาย คุณภาพการบริการและบุคลากร ชื่อเสียงเมืองท่องเที่ยวระดับโลก จึงควรให้ความสำคัญ กับการรักษาคุณภาพและเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการที่จะช่วยสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว ได้แก่ อาหารสุขภาพ ที่พักสุขภาพ เป็นต้น ในด้านกิจกรรมสุขภาพ เช่น โยคะ สปา กีฬา การแพทย์ นวดแผนไทย และวัตถุดิบในท้องถิ่นอย่างเช่น สับปะรด เปาฮื้อ กุ้งมังกรเจ็ดสี พืชผัก สมุนไพรท้องถิ่นกิจกรรมทะเลบำบัด กิจกรรมโนราบิค และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพ และการท่องเที่ยวไตรวิถี (สุขภาพ+อาหาร+ธรรมชาติ) สามารถกล่าวได้ว่าเป็นอัตลักษณ์ของการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตที่โดดเด่นที่สามารถพัฒนาและส่งเสริมเป็น soft power และ brand positioning ได้ และทุกภาคส่วนจะต้องผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตเพื่อให้ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีความชัดเจนและมีเอกลักษณ์มากขึ้นโดยการ นำอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและวัตถุดิบจากท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อ เพิ่มมูลค่า สร้างความแตกต่าง และสร้างประสบการณ์ใหม่ พร้อมทั้งส่งเสริมการยกระดับมาตรฐาน ของผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆและมาตรฐานการบริการในธุรกิจสุขภาพ ยกย่องชุมชนสู่การเป็นชุมชน ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นำเสนอภูมิปัญญาท้องถิ่น สมุนไพร ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลเพื่อสร้าง ความเชื่อมั่นในการบริการและผลิตภัณฑ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

2. ราคา (Price)

ราคาสินค้าและบริการในจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายตามคุณภาพการบริการ โปรแกรม และสถานที่การให้บริการ ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการบริการได้ทุกระดับ ซึ่งร้านค้าจะ

เป็นผู้กำหนดราคาเองตามคุณภาพและโปรแกรมของตน ถือได้ว่าเป็นข้อดีสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการสามารถเลือกซื้อสินค้าในระดับราคาที่ตนพึงพอใจ และอีกจุดเด่นของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ มีราคาที่สมเหตุสมผลถูกกว่าประเทศอื่นและมีชื่อเสียง คุ่มค่า คุณภาพสูง อีกทั้งค่าครองชีพในจังหวัดภูเก็ตมีราคาที่ไมแพงสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้ทุกคนเข้าถึงบริการได้ง่าย แต่อย่างไรก็ตามภูเก็ตยังประสบกับปัญหาสินค้าและบริการในจังหวัดที่มีการแข่งขันสูงโดยการเอาราคาเป็นตัวตั้ง และกดราคากันเองเพื่อให้ได้ลูกค้าและแรงงานได้ค่าตอบแทนราคาถูกทำให้ขาดบุคลากรและการบริการที่ดี ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องมีกฎหมายและนโยบายที่ชัดเจนในการสร้างมาตรฐานราคาและการบริการที่เข้มงวดกว่านี้

3. สถานที่การจัดจำหน่าย (Place)

จังหวัดภูเก็ตได้มีสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเชิงสุขภาพทั้งแบบ Online และ Offline เพื่อลูกค้าเข้าถึงง่าย และตอบสนองให้ข้อมูลลูกค้าได้ทันถ่วงที ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะหลังสถานการณ์ COVID 19 การจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทาง Online มีคนเข้าถึงเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน ปัจจุบันภาคเอกชนในจังหวัดภูเก็ตได้มีการทำเว็บไซต์ CoCoaSAP เพื่อเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเข้ามาสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสุขภาพ ที่พักรักษาสุขภาพ บริการดูแลสุขภาพ ซึ่งส่วนใหญ่โปรแกรมเชิงสุขภาพจะมีการจัดจำหน่ายในโรงแรม ร้านอาหาร โรงพยาบาล และ wellness center ในจังหวัดบริเวณในตัวเมือง และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยสถานที่ในการจัดจำหน่ายจะต้องมีการจดทะเบียนสถานประกอบการสุขภาพที่ถูกกฎหมาย

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ภาคเอกชนได้มีการส่งเสริมการขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอย่างเข้มข้น ผ่านทั้ง online และ offline ผ่านการออกงานอีเว้นท์ Road show และ PR นำเสนอขายภาพลักษณ์ wellness รวมถึงการสร้างการมองเห็นซ้ำให้กับนักท่องเที่ยวผ่านช่องทาง Social media ที่เป็นที่ยอมรับในยุคนั้นปัจจุบันการส่งเสริมการขายในรูปแบบ Social media e-WOM WOM Blogger review และ Agency โดยมีถือเป็นสื่อหลักในการเชื่อมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการให้เกิดการซื้อขายได้แบบไร้รอยต่อ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูงและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน และเอกชนกับรัฐได้ร่วมกันพัฒนา wellness center ในภูเก็ตด้วย

5. การจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ (Packaging)

แพคเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท แต่ทว่ายังมีการนำเสนอขายแพคเกจแบบเดิมๆยังไม่ค่อยมีการจัดแพคเกจที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม (Specific package) จึงควรมีการพัฒนาแบรนด์และ

กิจกรรมเชิงสุขภาพในรูปแบบการบูรณาการกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้ไม่จำเจและมีกลุ่มตลาดกว้างขึ้นซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวค่อยๆ ซึมซับและรับรู้ถึงคุณค่าของสินค้าและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ ยังสามารถเชื่อมโยงแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปยังพื้นที่จังหวัดรอบข้างได้เพื่อร่วมแบ่งปันทรัพยากร กระจายรายได้เมืองหลักสู่เมืองรองเพื่อความยั่งยืนระยะยาว ดังนั้น การเสนอขายแบบภาพรวมร่วมกับจังหวัดรอบข้างที่มีศักยภาพเช่นกันจะช่วยให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตแข็งแกร่งชัดเจนขึ้น และการบริการจึงเหมาะสมกับลักษณะการบริการแบบ personalize หรือ ส่วนตัวเฉพาะบุคคล เพื่อยกระดับการบริการ มาตรฐาน และเพิ่มมูลค่าและคุณภาพแพคเกจสินค้าและบริการด้านสุขภาพเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีคุ้มค่าประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

6. การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง

(Programming)

การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตยังมีน้อย โดยส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมหรืองานอีเว้นท์พิเศษเล็กๆ เช่น ตลาดนัดสุขภาพ การเสวนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนกิจกรรมใหญ่ๆ จะออกไปในแนวของกีฬาเพื่อสุขภาพเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสุขภาพ เช่น กิจกรรมไตรกีฬาประจำปี งานแข่งขันเรือใบชิงแชมป์ กิจกรรมวิ่งมาราธอน เป็นต้น และนอกจากนั้นจะเป็นโปรแกรมพิเศษที่สถานประกอบการสปา ที่พักแรม ร้านอาหาร จัดขึ้นภายใน เช่น โปรแกรมโยคะ on the beach โปรแกรม wellbeing โปรแกรมกิจกรรมทำอาหารเพื่อสุขภาพ โปรแกรมฝึกสมาธิ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นโปรแกรมที่เจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะพิเศษ

7. การผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership)

จังหวัดภูเก็ตถือได้ว่าเป็นต้นแบบของจังหวัดที่มีการบูรณาการทำงานระหว่างเครือข่ายอย่างเข้มแข็ง โดยมีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชน เช่น สมาคมต่างๆ บริษัททัวร์ ที่พักเชิงสุขภาพ เช่น ลาгуน่าภูเก็ต อمانตรา ซิตี้และโรงแรมอื่นๆ ในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตอยู่เป็นทุนเดิม ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็มีหน้าที่ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน นอกจากนี้ การผนึกกำลังและสร้างเครือข่ายภายนอกจังหวัดก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยจังหวัดภูเก็ตได้มีความร่วมมือกับจังหวัดใกล้เคียงในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์อันดามันร่วมกัน แต่ยังคงมีการขยายเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กว้างออกไปในระดับอาเซียน และระดับโลกด้วยเพื่อเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

8. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation)

ภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตที่ถูกนำเสนอออกไปและนักท่องเที่ยวมองสะท้อนกลับมายังเป็น Sun Sand Sea การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังถูกจำกัดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ จึงควรเริ่มจากการนำเสนอศักยภาพและอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางกายภาพที่โดดเด่น อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่อิงธรรมชาติและสวดแทรกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นของจังหวัดภูเก็ตให้นักท่องเที่ยวรับรู้ เช่น สปาทราย นวดไทย โนราบิก และมวยไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการนำเสนอความเป็น “Thainess” “Phuketian” ความเป็นท้องถิ่นภูเก็ต และสมุนไพร ผัก ผลไม้ ท้องถิ่น ออกไปสู่สายตาคนทั้งโลกโดยมีรัฐเป็นสื่อกลางในการนำเสนอ อย่างไรก็ตาม ต้องอาศัยการบอกต่อของนักท่องเที่ยวช่วยกระจายสู่คนนอกให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นทั้งในรูปแบบ online และ offline

9. บุคลากร (People)

จังหวัดภูเก็ตมีผู้เชี่ยวชาญและที่พักแบรนด์ดังมากมายที่มีบุคลากรคุณภาพด้านสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตามบุคลากรคุณภาพที่มีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และบุคลากรใหม่ก็ยังคงต้องพัฒนาทักษะต่าง ๆ ภูเก็ตต้องเร่งมือในการพัฒนาคนและจิตใจคนที่มีความรู้ความสามารถด้านสุขภาพองค์รวมมาให้มากขึ้นในอนาคตเพื่อใช้คุณภาพคนเป็นจุดขายด้วย ซึ่งรัฐก็ได้มีการจัดอบรมพัฒนาคณะร่วมกับเอกชน เช่น การจัดอบรมหลักสูตรผู้จัดการสปา การจัดอบรมนวดแผนไทย อบรมสปา อบรมปฐมพยาบาล สอบปฏิบัติ อบรมใบคุณวุฒิวิชาชีพ อบรมอื่นๆ ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ควรจัดให้มีการอัปเดตความรู้และฝึกทักษะอยู่เสมอทุกปีเพื่อรักษาคุณภาพและเพิ่มพูนความรู้ใหม่ๆให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ ควรมีการอบรมมัคคุเทศก์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีทักษะความรู้ด้านสุขภาพองค์รวมและเข้าใจการบริการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะที่ถูกต้องเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้และผู้คนที่สนใจอนาคตจังหวัดอาจมีการผลักดันเพื่อให้มีบัตรมัคคุเทศก์เพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกและ Health and Wellness Hub

10. กระบวนการและระบบการบริหารจัดการและขั้นตอน (Process)

กระบวนการบริหารจัดการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตมีการดำเนินงานตามหน้าที่ของหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายเป็นหลัก มีการบริหารจัดการแบบบูรณาการกันทุกภาคส่วน แต่ยังติดในขั้นตอนการปฏิบัติงานร่วมกับรัฐที่มีขั้นตอนที่ล่าช้าและเงื่อนไขพิเศษต่างๆนอกจากนี้ระบบการจัดการด้านราคายังไม่ชัดเจน ควรมีการสร้างมาตรฐานราคาเดียวกัน เพื่อแข่งขันที่คุณภาพการให้บริการมากกว่าราคา ระบบการจดทะเบียนสถานประกอบการ ระบบการควบคุม กำกับ และติดตามคุณภาพของการบริการและคุณสมบัติของผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอจริงจึงไม่สุ่มตรวจเพื่อ

รณรงค์ธุรกิจบริการเชิงสุขภาพสีขาวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ปลอดภัยไว้ใจได้ลดปัญหาธุรกิจสปาแอบแฝงหรือสปาสีเทา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix Analysis สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 17 สรุปผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งทางธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้นที่โดดเด่นและหลากหลาย เช่น ทะเลอันดามัน สมุนไพร สวนสาธารณะเพื่อสุขภาพ โรงพยาบาลศูนย์สุขภาพ คลินิก ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โรงเรียนสอนสปาและฝึกโยคะ ฟิตเนส โรงเรียนสอนมวยไทยระดับโลก ศูนย์นวัตกรรมการสปาและการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ศูนย์สุขภาพอันดามัน สังคมพหุวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่าง จีน ไทย อิสลาม เป็นต้น ทำให้มีความพร้อมด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลายสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท 2. City of Gastronomy (เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร) 1 ใน 17 ของโลก by UNWTO 3. มีโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Infrastructure) ได้แก่ ระบบโทรคมนาคม ระบบไฟฟ้า ระบบการคมนาคมและการขนส่ง (Transit Hub) ที่เข้าถึงสะดวกทั้งทางอากาศ ทางน้ำ และทางบก มีระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการขนส่งและการท่องเที่ยวทั่วโลก มีระบบสาธารณสุขที่ครอบคลุมทันสมัย และมีโครงสร้างพิเศษหรือระดับสูงทางการท่องเที่ยว (Superstructure) ระบบสิ่งอำนวยความสะดวกและหลากหลาย ได้แก่ ที่พักสุขภาพ ร้านอาหารสุขภาพ ร้านนวดเพื่อสุขภาพ ร้านขายผลิตภัณฑ์สุขภาพ ฟิตเนส คลินิกเคลื่อนที่ (Tele medicine) คลินิกความงาม และโรงพยาบาลที่ผ่านมาตรฐาน JCI ระดับโลก เป็นต้น 4. มีภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาคม ที่เข้มแข็งร่วมผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูเก็ต 5. มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ส่งเสริมในการพัฒนาบุคลากรรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในสถาบันการศึกษารัฐและเอกชน เช่น หลักสูตร Spa manager, หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, หลักสูตรนวดไทย, หลักสูตรมวยไทย, วิทยาลัยแพทย์, หลักสูตรแพทย์แผนไทย เป็นต้น 6. มีบุคลากรด้านสุขภาพมีความเชี่ยวชาญสูงครอบคลุมทักษะด้านสุขภาพทั้ง 6 มิติ ที่มีใบอนุญาตวิชาชีพและมีประสบการณ์เฉพาะทาง 7. เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงการท่องเที่ยวระดับโลก มาตรฐานสากล (World class destination) 9. มีมาตรฐานความปลอดภัยและบริการด้านการท่องเที่ยวระดับสากล	1. ขาดแผนการตลาดที่ทันสมัยและแตกต่างในการประชาสัมพันธ์และงานอีเวนต์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตแก่นักท่องเที่ยว 2. วัฒนธรรมดั้งเดิมถูกกลืนจากการท่องเที่ยว 3. ขาดระบบการจัดการฐานข้อมูลกลาง (Big data) ที่เชื่อมโยงข้อมูลสุขภาพระหว่างสาธารณสุข หน่วยงานบริการเอกชน และภาครัฐอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 4. บุคลากรผู้เชี่ยวชาญที่มีทักษะทั้ง Hard skills และ Soft skills ด้านสุขภาพยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดแรงงานในจังหวัด 5. เงินรายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถูกนักกลางทุนต่างชาติส่งไปยังนอกประเทศ ไม่หมุนเวียนในประเทศไทย และผลประโยชน์ยังกระจุกตัวในกลุ่มเอกชนเป็นหลัก 6. ขาดอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภูเก็ตที่ชัดเจน 7. ขาดการเชื่อมโยงของธุรกิจบริการสุขภาพทั้ง 6 มิติในจังหวัดภูเก็ต 8. ขาด Lab ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่ระดับสากล 9. การขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดภูเก็ตยังมีน้อยและไม่ได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ 10. แรงงานต่างชาติเข้ามาทำงานในภูเก็ตแย่งอาชีพคนในพื้นที่และเข้ามาตั้งถิ่นฐานทำธุรกิจด้านบริการแข่งกับคนท้องถิ่น เช่น ที่พัก รถเช่า แท็กซี่ ร้านอาหาร ค่ายมวย ฟิตเนส สปา เป็นต้น

ตาราง 17 (ต่อ)

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
10.จังหวัดภูเก็ตมีแผนยุทธศาสตร์และแผนแม่บทเสาหลักทางเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตในประเด็นการพัฒนา medical & wellness Hub	
โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
1. แนวโน้มการท่องเที่ยวโลกมีกระแสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และธุรกิจสุขภาพโลกมีแนวโน้มอัตราการเติบโตสูงขึ้นในอนาคต 2. จังหวัดภูเก็ตได้งบประมาณกลางในการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดภูเก็ตสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก Medical & Wellness hub และดำเนินโครงการศูนย์สุขภาพนานาชาติอันดามัน 3. ภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันส่งเสริมสถานประกอบการเพื่อสุขภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ให้ผ่านมาตรฐานตามกฎหมาย 4. มีศูนย์ให้บริการประชาชนด้านผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพในการขออนุญาตประกอบกิจกรรมให้ถูกต้องตามกฎหมายและรับขึ้นทะเบียนผู้ให้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต 5. ผู้สูงอายุชาวต่างชาติเดินทางมาใช้บริการสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตและอาศัยอยู่ระยะยาวขึ้น ทำให้เป็นโอกาสในการพัฒนาระบบบริการสุขภาพและสร้างรายได้เพิ่ม 6. มีการทำ Digital marketing และ Online-Offline Marketing ไปโมทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น Road show สื่อออนไลน์ วิดีทัศน์ และการสร้างเครือข่ายระหว่าง Digital Native (Explore Phuket) เพื่อนำเสนอและแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในลักษณะ Word of Mouth สร้าง viral ในวงกว้างขึ้นในโลกดิจิทัล กระตุ้นการ Revisit ของนักท่องเที่ยวแบบไม่รู้จบ 7. ราคาบริการด้านสุขภาพและค่าครองชีพในภูเก็ตสมเหตุสมผลกับคุณภาพสำหรับชาวต่างชาติ 8. การที่ภูเก็ตได้เข้าร่วมเสนอเป็นเจ้าภาพ Specialize expo ทำให้ประชาชน ภาครัฐ เอกชน และชุมชน รับรู้และตื่นตัวมากขึ้น 9. จังหวัดภูเก็ตเป็นเมือง city of gastronomy จึงสามารถส่งเสริมควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในประเด็นของอาหารสุขภาพและผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ	1. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคู่แข่ง ได้แก่ ระหว่างประเทศ เช่น บาห์ลี และในประเทศ เช่น เชียงใหม่ สมุย เป็นต้น ที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและมีชื่อเสียงยาวนานกว่า 2. มีภัยธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม แผ่นดินไหว สึนามิ และภูมิอากาศโลกแปรปรวน Climate change 3. ภาพลักษณ์สปาสี่เสา สปาสีขาวของประเทศไทยด้านการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง ต้องอาศัยเวลาในการสร้างภาพลักษณ์สปาสีขาว 4. ปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ 5. ปัญหา Overtourism ส่งผลให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมในอนาคต เช่น มลพิษ น้ำเสีย ขยะ 6. งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ยังไม่เพียงพอในการพัฒนาและมีกระบวนการที่ยุ่งยากและล่าช้า 7. การบังคับใช้กฎหมายในภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการยังไม่ชัดเจน กฎหมายที่เอื้อต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังล้าหลัง และยังไม่ครอบคลุมบางกรณี ทำให้ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนามาตรฐานการบริการและประกอบธุรกิจด้านสุขภาพ 8. ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวมีจำนวนจำกัดเนื่องจากมีลักษณะพื้นที่เป็นเกาะทำให้มีข้อจำกัดเชิงพื้นที่ทำให้ไม่สามารถขยายพื้นที่ได้ จึงต้องสร้างพันธมิตรกับจังหวัดใกล้เคียงในอันดามันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการรองรับ 9. คนในพื้นที่ยังไม่มี ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายการยกระดับภูเก็ตสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก ทำให้การพัฒนาเป็นไปได้ช้า 10. การตัดราคาสินค้าด้านการบริการสุขภาพในกลุ่มผู้ประกอบการ ทำให้ขาดมาตรฐานกลาง 11. การพัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสาธารณสุขแบบ one stop service ยังมีแนวโน้มเป็นไปได้ยาก 12. ภูเก็ตยังติดภาพลักษณ์ sun sand sea ทำให้ต้องใช้เวลาในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตาราง 17 (ต่อ)

โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
10. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเริ่มเป็นที่รู้จักในระดับสากลมากขึ้น	
11. โรคระบาด สังคมโลกก้าวสู่สังคมสูงวัย คนปรารถนาที่จะมีอายุยืนขึ้น และมีสุขภาพดีทำให้วิถีชีวิตคนเปลี่ยนเป็นดูแลสุขภาพมากขึ้น	
12. จังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่ในประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางสาธารณสุข อันดับ 6 ของโลก และอันดับ 1 ของเอเชีย	
13. มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ Super Cluster ทำให้มีนักลงทุนให้ความสนใจลงทุนในธุรกิจประเภท Health & Wellness มากขึ้น	

จากผลการวิเคราะห์ SWOT จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ TOWS ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ไว้ดังนี้

ตาราง 18 สรุปผลการวิเคราะห์ TOWS ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งทางธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้นที่โดดเด่นและหลากหลาย เช่น ทะเลอันดามัน สมุนไพรสวนสาธารณะเพื่อสุขภาพ โรงพยาบาลศูนย์สุขภาพ คลินิก ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โรงเรียนสอนสปาและฝึกโยคะ ฟิตเนส โรงเรียนสอนมวยไทยระดับโลก ศูนย์นวัตกรรมสปาและการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ศูนย์สุขภาพอันดามัน สังคมพหุวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่าง จีน ไทย อิสลาม เป็นต้น ทำให้มีความพร้อมด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลายสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท	1. ขาดแผนการตลาดที่ทันสมัยและแตกต่างในการประชาสัมพันธ์และงานอีเวนต์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตแก่นักท่องเที่ยว
2. City of Gastronomy (เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร) 1 ใน 17 ของโลก by UNWTO	2. วัฒนธรรมดั้งเดิมถูกกลืนจากการท่องเที่ยว
3. มีโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Infrastucture) ได้แก่ ระบบโทรคมนาคม ระบบไฟฟ้า ระบบการคมนาคมและการขนส่ง (Transit Hub) ที่เข้าถึงสะดวกทั้งทางอากาศ ทางน้ำ และทางบก มีระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการขนส่งและการท่องเที่ยว ทั่วโลก มีระบบสาธารณสุขที่ครอบคลุมทันสมัย และมีโครงสร้างพิเศษหรือระดับสูงทางการท่องเที่ยว (Superstructure) ระบบสิ่งอำนวยความสะดวกและหลากหลาย ได้แก่ ที่พักสุขภาพ ร้านอาหารสุขภาพ ร้านนวดเพื่อสุขภาพ ร้านขายผลิตภัณฑ์สุขภาพ ฟิตเนส คลินิกเคลื่อนที่ (Tele medicine) คลินิกความงาม และโรงพยาบาลที่ผ่านมาตรฐาน JCI ระดับโลก เป็นต้น	3. ขาดระบบการจัดการฐานข้อมูลกลาง (Big data) ที่เชื่อมโยงข้อมูลสุขภาพระหว่างสาธารณสุข หน่วยงานบริการเอกชน และภาครัฐอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
	4. บุคลากรผู้เชี่ยวชาญที่มีทักษะทั้ง Hard skills และ Soft skills ด้านสุขภาพยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดแรงงานในจังหวัด
	5. เงินรายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถูกนักลงทุนต่างชาติส่งไปยังนอกประเทศ ไม่หมุนเวียนในประเทศไทย และผลประโยชน์ยังกระจุกตัวในกลุ่มเอกชนเป็นหลัก
	6. ขาดอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภูเก็ตที่ชัดเจน
	7. ขาดการเชื่อมโยงของธุรกิจบริการสุขภาพทั้ง 6 มิติในจังหวัดภูเก็ต
	8. ขาด Lab ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่ระดับโลก
	9. การขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดภูเก็ตยังมีน้อยและไม่ได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ

ตาราง 18 (ต่อ)

จุดแข็ง (S)		จุดอ่อน (W)
4. มีภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาคม ที่เข้มแข็งร่วมผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูเก็ต 5. มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ส่งเสริมในการพัฒนาบุคลากรรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในสถาบันการศึกษารัฐและเอกชน เช่น หลักสูตร Spa manager, หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, หลักสูตรนวดไทย, หลักสูตรมวยไทย, วิทยาลัยแพทย์, หลักสูตรแพทย์แผนไทย เป็นต้น 6. มีบุคลากรด้านสุขภาพมีความเชี่ยวชาญสูงครอบคลุมทักษะด้านสุขภาพทั้ง 6 มิติ ที่มีใบคุณวุฒิวิชาชีพและมีประสบการณ์เฉพาะทาง 7. เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงการท่องเที่ยวระดับโลก มาตรฐานสากล (World class destination) 9. มีมาตรฐานความปลอดภัยและบริการด้านการท่องเที่ยวระดับสากล 10. จังหวัดภูเก็ตมีแผนยุทธศาสตร์และแผนแม่บทเสาหลักทางเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตในประเด็นการพัฒนา medical & wellness Hub		10. แรงงานต่างชาติเข้ามาทำงานในภูเก็ตแย่งอาชีพคนในพื้นที่และเข้ามาตั้งถิ่นฐานทำธุรกิจด้านบริการแข่งกับคนท้องถิ่น เช่น ที่พัก รถเช่า แท็กซี่ ร้านอาหาร ค่ายมวย ฟิตเนส สปา เป็นต้น
โอกาส (O)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น (WO)
1. แนวโน้มการท่องเที่ยวโลกมีกระแสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และธุรกิจสุขภาพโลกมีแนวโน้มอัตราการเติบโตสูงขึ้นในอนาคต 2. จังหวัดภูเก็ตได้งบประมาณกลางในการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดภูเก็ตสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก Medical & Wellness hub และดำเนินโครงการศูนย์สุขภาพนานาชาติอันดามัน 3. ภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันส่งเสริมสถานประกอบการเพื่อสุขภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ให้ผ่านมาตรฐานตามกฎหมาย 4. มีศูนย์ให้บริการประชาชนด้านผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพในการขออนุญาตประกอบกิจกรรมให้ถูกต้องตามกฎหมายและรับขึ้นทะเบียนผู้ให้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต	1. แบรנדการท่องเที่ยวไตรวิถี (อาหาร สุขภาพ ธรรมชาติอย่างยั่งยืน) (Tri-way Wellness Tourism) 2. แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับพรีเมียม (Premium Wellness tourism) 3. แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบพหุวัฒนธรรม (Contemporary Wellness Tourism) 4. แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Wellness Tourism) 5. แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์ (สุขภาพ+ประสบการณ์ลงมือทำ+วัฒนธรรม) (Creative Wellness Tourism) 6. แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Wellness Tourism)	1. สร้างการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปยังพื้นที่ใกล้เคียง เช่น พังงา กระบี่ ระนอง โปรมือเป็นกลุ่มเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพระดับโลกในภาพรวมของอันดามัน (Andaman wellness tourism route) 2. สร้างแผนการตลาดที่ทันสมัย เช่น การสร้าง Softpower ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต การสร้าง stories (Interpretation) ให้เป็นที่น่าสนใจเปิดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการจัดงานอีเวนต์ด้านสุขภาพต่างๆ เช่น งานประชุม งานนิทรรศการ งานมหกรรมสุขภาพ เป็นต้น 3. สร้างระบบการจัดการในการบริการด้านสุขภาพให้ทันสมัย รวดเร็ว เข้าถึงได้ทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน 4. ปรับเปลี่ยนกฎหมายให้สอดคล้องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความทันสมัย ไม่

ตาราง 18 (ต่อ)

โอกาส (O)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น (WO)
5. ผู้สูงอายุชาวต่างชาติเดินทางมาใช้บริการสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตและอาศัยอยู่ระยะยาวขึ้น ทำให้เป็นโอกาสในการพัฒนาระบบบริการสุขภาพและสร้างรายได้เพิ่ม 6. มีการทำ Digital marketing และ Online-Offline Marketing โปรโมทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น Road show สื่อออนไลน์ วิดีทัศน์ และการสร้างเครือข่ายระหว่าง Digital Native (Explore Phuket) เพื่อนำเสนอและแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในลักษณะ Word of Mouth สร้าง viral ในวงกว้างขึ้นในโลกดิจิทัล กระตุ้นการ Revisit ของนักท่องเที่ยวแบบไม่รู้จบ 7. ราคาศูนย์บริการด้านสุขภาพและค่าครองชีพในภูเก็ตเหมาะสมผลกับคุณภาพสำหรับชาวต่างชาติ 8. การที่ภูเก็ตได้เข้าร่วมเสนอเป็นเจ้าภาพ Specialize expo ทำให้ประชาชน ภาครัฐ เอกชน และชุมชน รับรู้และตื่นตัวมากขึ้น 9. จังหวัดภูเก็ตเป็นเมือง city of gastronomy จึงสามารถส่งเสริมควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในประเด็นของอาหารสุขภาพและผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ 10. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเริ่มเป็นที่รู้จักในระดับสากลมากขึ้น 11. โรคระบาด สังคมโลกก้าวสู่สังคมสูงวัย คนปรารถนาที่จะมีอายุยืนขึ้น และมีสุขภาพดีทำให้วิถีชีวิตคนเปลี่ยนเป็นดูแลสุขภาพมากขึ้น 12. จังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่ในประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางสาธารณสุขอันดับที่ 6 ของโลก และอันดับ 1 ของเอเชีย	7. แปรนัยการท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High Value Tourism)	ล้ำหลัง เอื้อต่อผู้ให้บริการและผู้ให้บริการอย่างชัดเจน 5. สร้างเป้าหมายที่ชัดเจนและกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตและอันดามัน 6. สร้างภาพลักษณ์ให้จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับทุกคน ทุกศาสนา ทุกเพศ ทุกวัย (Wellness Destination for All) ที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ 7. พัฒนาห้อง Lab ในการใช้ทดลองผลิตภัณฑ์สุขภาพ ร่วมกับสถานศึกษาที่มีศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการการทำงานคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่มีมาตรฐานสูง 8. สร้างภาพลักษณ์สปาและบริการสุขภาพสีขาว 9. สร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตที่ชัดเจน โดยการสอดแทรกวัฒนธรรมภูเก็ต สมุนไพรไทยและท้องถิ่น รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น มาปรับใช้ให้เป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้แตกต่างจากที่อื่น เช่น สับปะรด ออกกำลังกายแบบโบราณและร้อนแร่ หอยมุก สปา ทราย เป็นต้น 10. แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม พัฒนาสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น พื้นที่สาธารณะสวนสุขภาพ ลดมลพิษโดยการรณรงค์ให้ใช้พลังงานสะอาด ลดขยะรณรงค์การใช้ถุงผ้า ภาชนะและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น 11. สร้างคลินิกให้คำปรึกษาสำหรับผู้เริ่มทำธุรกิจสุขภาพ ในลักษณะ Share community ในรูปแบบ (SMEs Start up Center) 12. รัฐร่วมมือกับเอกชนเพื่อบูรณาการงบประมาณในการนำไปพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูเก็ต 13. สร้างความน่าเชื่อถือ โดยเริ่มจากการ

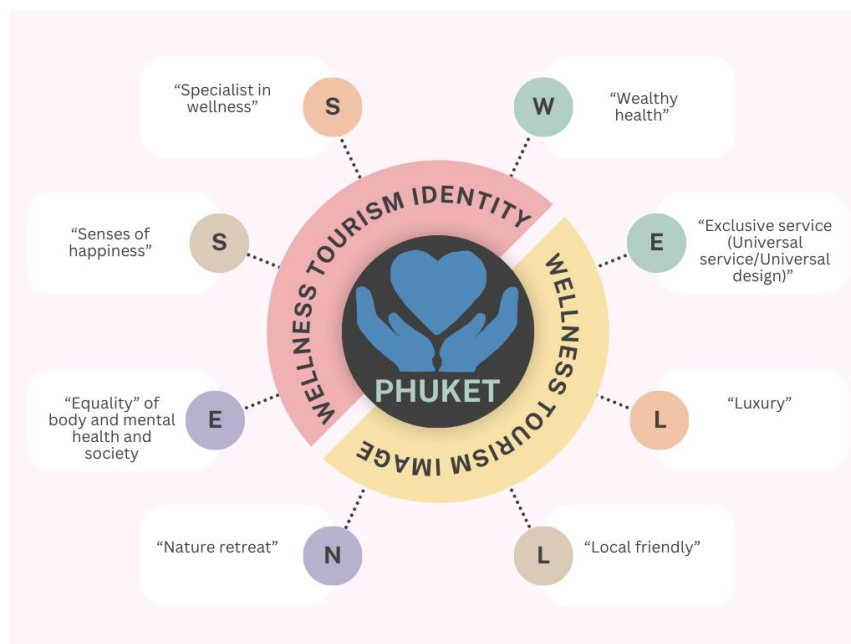
ตาราง 18 (ต่อ)

โอกาส (O)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น (WO)
13. มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ Super Cluster ทำให้มีนักลงทุนให้ความสนใจลงทุนในธุรกิจประเภท Health & Wellness มากขึ้น		ส่งเสริมให้คนภูเก็ตมีสุขภาพกายและใจที่ดี เข้าถึงบริการสุขภาพในจังหวัดได้ง่าย เพียงพอ รวดเร็ว และเท่าเทียม 14. นำนวัตกรรมใหม่ๆมาประยุกต์ใช้ในการพลิกฟื้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปพร้อมกับการเป็นเมือง Smart City (Wellness Smart City)
อุปสรรค (T)	กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพชุมชน (ST)	กลยุทธ์การเตรียมความพร้อม (WT)
1. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคู่แข่งได้แก่ ระหว่างประเทศ เช่น บาห์ลี และในประเทศ เช่น เชียงใหม่ สมุย เป็นต้น ที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและมีชื่อเสียงยาวนานกว่า	1. สร้างเครือข่ายและสร้างพันธมิตรกับกลุ่มประเทศคู่แข่งที่โดดเด่นในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	1. อบรมปลูกฝังให้คนท้องถิ่น ตระหนักถึง indigenous culture ของท้องถิ่นของตน เพื่อคงเอกลักษณ์และความดั้งเดิมของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้
2. มีภัยธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม แผ่นดินไหว สึนามิ และภูมิอากาศโลกแปรปรวน Climate change	2. ตั้งกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับ ASEAN และ South East Asia เพื่อติดต่อประสานงานร่วมกับเครือข่ายเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มตะวันออกเฉียงใต้ และ อาเซียน	2. อบรมเรื่องการยกระดับความปลอดภัยและบริการด้านสุขภาพขั้นสูง
3. ภาพลักษณ์สปาดีไฮา สปาสีขาวของประเทศไทยด้านการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง ต้องอาศัยเวลาในการสร้างภาพลักษณ์สปาสีขาว	3. สร้างเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ระดมทุนและความร่วมมือจากรัฐ เอกชน และวิชาการเพื่อนำไปพัฒนาชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3. อบรมหลักสูตรสุขภาพองค์รวมแก่ประชาชน ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการ ปรับวิสัยทัศน์ให้รับรู้และเข้าใจบริบทการพัฒนาภูเก็ตสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก
4. ปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ	4. ร่วมมือกับพันธมิตรเครือข่ายในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในกลุ่ม เช่น Treasure of ASIA Route เป็นต้น	4. มีเงินกองทุนสนับสนุนให้คนท้องถิ่นลงทุนในการทำธุรกิจเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
5. ปัญหา Overtourism ส่งผลให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมในอนาคต เช่น มลพิษ น้ำเสีย ขยะ	5. ยกระดับร่างกฎหมายการจ้างงานให้เอื้อต่อคนในท้องถิ่นหรือคนไทยให้ได้รับโอกาสก่อนต่างด้าวหรือต่างชาติ	5. อบรมพัฒนาทักษะ Hard skills และ soft skills ผู้ให้บริการและผู้ประกอบการ
6. งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ยังไม่เพียงพอในการพัฒนา และมีกระบวนการที่ยุ่งยากและล่าช้า	6. ชุมชนร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการยกระดับผลิตภัณฑ์สุขภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่มาตรฐานระดับสากล	6. อบรมให้ความรู้นวัตกรรมใหม่ด้านสุขภาพให้ผู้ประกอบการและ ผู้ให้บริการ เพื่อยกระดับทักษะ
7. การบังคับใช้กฎหมายในภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการยังไม่ชัดเจน กฎหมายที่เอื้อต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังล่าช้า และยังไม่ครอบคลุมบางกรณี ทำให้ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนามาตรฐานการบริการและประกอบธุรกิจด้านสุขภาพ	7. สร้างเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดามัน ภูเก็ต ระนอง กระบี่ พังงา สตูล ตรัง เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชื่อมโยงกันเปิดประสบการณ์ใหม่และแบ่งปันทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม	7. มีระบบการบริหารจัดการ Big data กลาง เพื่อต่อยอดสู่การบริการด้านสุขภาพแบบ one stop service เชื่อมโยงข้อมูลสุขภาพระหว่างหน่วยงานอย่างครบวงจร
8. ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวมีจำนวนจำกัด เนื่องจากมี		8. อบรมการบริการด้านสุขภาพเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่มีข้อจำกัดเฉพาะ เช่น มุสลิม อารหรับ คนพิการ เด็ก ผู้สูงอายุ เป็นต้น 9. สร้าง Application: Phuket Health & Wellness Tourism (PHWT) เพื่ออำนวยความสะดวก ประชาสัมพันธ์ และคัดกรอง

ตาราง 18 (ต่อ)

อุปสรรค (T)	กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพชุมชน (ST)	กลยุทธ์การเตรียมความพร้อม (WT)
ลักษณะพื้นที่เป็นเกาะทำให้มีข้อจำกัดเชิงพื้นที่ทำให้ไม่สามารถขยายพื้นที่ได้ จึงต้องสร้างพันธมิตรกับจังหวัดใกล้เคียงในอันดามันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการรองรับ 9. คนในพื้นที่ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายการยกระดับภูเก็ตสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก ทำให้การพัฒนาเป็นไปได้ช้า 10. การตัดราคาสินค้าด้านการบริการสุขภาพในกลุ่มผู้ประกอบการ ทำให้ขาดมาตรฐานกลาง 11. การพัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสาธารณสุขแบบ one stop service ยังมีแนวโน้มเป็นไปได้ยาก 12. ภูเก็ตยังติดภาพลักษณ์ sun sand sea ทำให้ต้องใช้เวลาในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		ธุรกิจสุขภาพที่ได้มาตรฐาน แก่ผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการในการโปรโมตสินค้าและบริการกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพโดยเฉพาะ 10. สนับสนุนการทำวิจัยที่พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้มากขึ้น เช่น ศึกษาคุณสมบัติของสมุนไพรพื้นถิ่นเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีมาตรฐาน ศึกษาการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นวัฒนธรรมกับกิจกรรมสุขภาพ ศึกษาคุณสมบัติของสปาทรายไม้ขาวภูเก็ตเพื่อนำมาต่อยอดยกระดับสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสอดแทรกอัตลักษณ์ความเป็นภูเก็ต 11. อบรมการบริการด้านสุขภาพเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่มีข้อจำกัดเฉพาะ เช่น มุสลิม อาหาร คนพิการ เด็ก ผู้สูงอายุ เป็นต้น

จากการสรุปผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix Analysis ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นโมเดลแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต โดยมีชื่อว่า “Phuket W-E-L-L-N-E-S-S for all Models” ซึ่งเป็นโมเดลที่แสดงถึงจุดเด่นอัตลักษณ์ของแบรนด์ (brand identity) วิสัยทัศน์ (vision) พันธกิจ (mission) ศักยภาพ (Potential) และภาพลักษณ์แบรนด์ (brand image) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตออกมาได้อย่างชัดเจน ซึ่งประกอบไปด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ W = “Wealthy health” E = “Exclusive service (Universal service/Universal design)” L = “Luxury” L = “Local friendly” N = “Nature retreat” E = “Equality of body and mental health” S = “Senses of happiness” S = “Specialist in wellness”



ภาพ 12 สารการสร้างตราสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดภูเก็ต” พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ จังหวัดภูเก็ต

จากผลการวิจัย พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในองค์ประกอบการท่องเที่ยว (10A's) ครบทุกด้านและมีศักยภาพสูง เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และมีธุรกิจสุขภาพที่ครบวงจรมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สามารถพัฒนาต่อยอดสู่การเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ และเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกได้ นอกจากนี้พบว่า ผู้ปฏิบัติงาน (Actors) และการบริหารจัดการ (Action) ก็เป็นหนึ่งในศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตที่สำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความยั่งยืนในอนาคตได้ โดยจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรให้การตระหนักในการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้ง 12As ประกอบไปด้วย ด้านการมีส่วนร่วมของพันธมิตร (Alliances) ด้านการเป็นเจ้าภาพที่ดี (Amiability) ด้านการจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพ (Availability) ด้านบรรยากาศแวดล้อม (Atmosphere) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านที่พักแรม

(Accommodation) ด้านการบริการเสริมด้านสุขภาพต่างๆ (Ancillaries) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Activities) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction) ผู้ปฏิบัติการ (Actors) และ การบริหารจัดการ (Actions) ซึ่งศักยภาพที่โดดเด่นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมความเป็นไทย และอัตลักษณ์ความเป็นภูเก็ตที่สอดแทรกไปในการบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นเสน่ห์และประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น บุคลากรที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญ กิจกรรมและโปรแกรมการส่งเสริมสุขภาพองค์รวมที่ครบครันและเหมาะสมกับทุกวัย การบริการที่เป็นเลิศเหนือระดับที่ประยุกต์เข้ากับเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่ดี ที่พักเชิงสุขภาพที่มีเหมาะสม บรรยากาศที่เอื้อต่อการพักผ่อนและดูแลสุขภาพ ราคาสมเหตุสมผลคุ้มค่ากับการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ ความร่วมมือของทุกภาคส่วน และสถานพยาบาลที่มีคุณภาพสูงได้รับมาตรฐาน JCI ที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลก ทั้งนี้ จากการศึกษาสามารถสรุปศักยภาพที่โดดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตออกมาได้ 3 อัตลักษณ์ที่สามารถผลักดันเป็น Phuket Wellness Soft Power ได้ คือ สปา มวยไทย และอาหารถิ่น อย่างไรก็ตาม ถือได้ว่าสิ่งเหล่านี้เป็นศักยภาพหลักหรือกุญแจแห่งความสำเร็จ (Key success) ที่ทำให้จังหวัดภูเก็ตสามารถนำมาใช้ต่อยอดเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างมีเป้าหมายและตรงจุดมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดลเดช ตั้งตระการพงศ์, ไพศาล มุณีสว่าง, เสรี วงษ์มณฑา, ขวลิษฐ์ ณ ถลาง และศรีสุตา จงสิทธิผล (2561) ที่พบว่า ความเป็นไทย (Thainess) และประโยชน์จากธรรมชาติ เช่น สมุนไพรท้องถิ่น หัตถกรรม ศิลปะและวัฒนธรรม มาออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เสริมจากบริการสปา และผลิตภัณฑ์ เป็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ภาคตะวันออก บุศรินทร์ เขียวไพบร์ และไตรรัตน์ จารุทัศน์ (2564) ที่ได้กล่าวว่า จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในการพัฒนาศูนย์การแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) ซึ่งปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญในการพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก คือ มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี มีสถานพยาบาลและสถาบันการศึกษาในการผลิตบุคลากรคุณภาพเพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และมีการเข้าถึงการบริการสุขภาพและกฎหมายส่งเสริม อีกทั้งความร่วมมือจากรัฐและเอกชนในการขับเคลื่อนจังหวัดสู่ความสำเร็จได้ และวารีพร ชูศรี, วรลักษณ์ ลลิตศิริวัฒน์ (2563) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีอัตราค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าประเทศเพื่อนบ้าน คุณภาพของการรักษาเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยว และประเทศไทยยังมีเอกลักษณ์ความเป็นไทยเฉพาะที่สอดแทรกในผลิตภัณฑ์และการให้บริการเชิงสุขภาพ

นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ พบว่า จังหวัดภูเก็ตถึงจะมีความพร้อมของศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูง แต่ก็ยังต้องพบกับปัญหาการรับนักท่องเที่ยวเกินจำนวนขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ หรือที่เรียกว่า “over tourism” ซึ่งเป็นปัญหาที่จังหวัดภูเก็ตกำลังเร่งแก้ไขโดยการให้สถาน

ประกอบการท่องเที่ยวแต่ละที่กำหนดขีดความสามารถการรองรับการให้บริการของตน และมุ่งให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเน้นรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่ามุ่งรับนักท่องเที่ยวปริมาณมากแต่ขาดคุณภาพ ซึ่งแนวทางนี้จะสามารถช่วยในการคัดกรองนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง และทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกชัย ชานินา และศรดา สมพอง (2562) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ปัญหาของการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตไม่ได้ อยู่ที่จำนวนของผู้มาเยือน (นักท่องเที่ยว) แต่ปัญหา คือ การต้องพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการฐานทรัพยากรและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ขาดประสิทธิภาพส่งผลให้การจัดการอุปทานทางการท่องเที่ยวไม่แน่ชัด ดังนั้น การกำหนดแนวทางและยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตจึงเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรม และ สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ หากนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการเติบโตของการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มากขึ้น

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ในภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ในช่วงอายุ 25-39 ปี มีสถานะแต่งงาน ไม่นับถือศาสนา สัญชาติยุโรป มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2501 – 3500 ดอลลาร์สหรัฐ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตครั้งแรก และรองลงมา คือ 1-2 ครั้ง ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 7 วัน เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม ใช้บริการเช่ารถมอเตอร์ไซค์/รถยนต์ รับทราบข้อมูล/ข่าวสารด้านบริการสุขภาพจาก อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสุธี มูลละ (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-35 ปี มีถิ่นพำนักในทวีปเอเชีย มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพลูกจ้าง ปัทมพร อิมวิทยา และ ศรัณญา กันตะบุตร (2564) พบว่า นิยมพักที่โรงแรมหรือรีสอร์ท ค้นหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพผ่านทาง Google ใช้เวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1-3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 8,001 -11,000 บาท มีการเข้าร่วมทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถอภิปรายผลได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่มีรายได้สูงเป็นส่วนใหญ่ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีรายได้สูง และ ปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่ได้จำกัดอยู่แค่กลุ่มผู้สูงอายุอีกต่อไป

แต่ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Y ก็มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นกัน แสดงให้เห็นว่ากลุ่ม Gen Y เริ่มมีการใส่ใจในสุขภาพหันมาดูแลตัวเองมากขึ้น ซึ่งควรมีการทำการตลาดและสร้างกิจกรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มนี้ไปพร้อมกับควรมีการพัฒนากิจกรรมเชิงสุขภาพที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของทุกเพศทุกวัย โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่ทุกคนสามารถเข้าใช้บริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตได้ด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่อันที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเดินทางมาพร้อมกับครอบครัว จึงเป็นโอกาสที่สามารถจะพัฒนาเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ครอบครัวร่วมกันทำได้ โดยโรงแรมสามารถสอดแทรกพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าไปให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใช้บริการได้สะดวกสบายยิ่งขึ้น และมีความครอบคลุม 6 มิติของสุขภาพ ได้แก่ อาหารและโภชนาการ เช่น กิจกรรมอาหารถิ่นเพื่อสุขภาพ สมุนไพรไทย เป็นต้น สปา/นวดไทยเพื่อสุขภาพ เช่น นวดเท้า นวดไทย นวดน้ำมัน นวดศรีษะ นวดออฟฟิศซินโดรม เป็นต้น คอร์สเรียนรู้กิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น เรียนการทำลูกประคบ ยาดม เรียนการทำอาหารจากสมุนไพรไทย เรียนนวดไทยเพื่อสุขภาพ เรียนมวยไทย คอร์สตีทอก เป็นต้น การฝึกสมาธิ เช่น กิจกรรมนั่งสมาธิกิจกรรมอาบป่า กิจกรรมเสียงบำบัด กิจกรรมทะเลบำบัด เป็นต้น การออกกำลังกายรูปแบบต่างๆ เช่น มวยไทย วูจ โยคะ เป็นต้น และ ความสวยความงาม เช่น การนวดกัวซา การให้วิตามินกับร่างกาย เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะประสบความสำเร็จได้จำเป็นจะต้องมีการร่วมมือกันระหว่างพันธมิตรทั้งในประเภทเดียวกันและต่างประเภทกัน เช่น โรงพยาบาลร่วมกับโรงแรมในการทำ hospital และ จัดตั้ง wellness center เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการเข้าใช้บริการ และ โรงพยาบาล โรงแรม รถเช่า สามารถร่วมมือกันเป็นพันธมิตรคู่ค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการอีกด้วย โดยจะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตให้มากขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ จังหวัดภูเก็ตควรมีการสนับสนุนทำประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ online เป็นหลักในเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่นิยมใช้ช่องทาง online ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากที่สุด

ในพฤติกรรมการใช้บริการด้านสุขภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมโปรแกรมด้านสุขภาพหรือใช้บริการด้านสุขภาพอย่างน้อย 1 ครั้ง ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาสุขภาพ เหตุผลหลักในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย โดยนิยมเข้าใช้บริการแพคเกจ สปามากที่สุด และนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความสนใจในโปรแกรมสปาและนวดเพื่อสุขภาพมากที่สุด รองลงมา คือ โปรแกรมออกกำลังกาย (เทรนนิ่งส่วนตัว) และโปรแกรมฝึกสมาธิเพื่อบำบัดร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีการใช้จ่ายเงินในการเข้าร่วมโปรแกรมหรือบริการด้านสุขภาพ ไม่เกิน 15,000 บาท สามารถอภิปรายผลได้ว่า จังหวัดภูเก็ตมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมาท่องเที่ยวและดูแลสุขภาพ และสปาและนวดเพื่อสุขภาพเป็นหนึ่งในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ถือได้ว่าเป็น

กิจกรรม first impression ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากมีหลากหลายแพคเกจและราคาให้เลือกจับต้องได้ ระยะเวลาสั้น เข้าร่วมได้ทุกเพศทุกวัย และสามารถช่วยบรรเทาความตึงเครียดเมื่อยล้าของร่างกายจากการทำงาน ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนบรรยากาศและผ่อนคลายได้อย่างแท้จริง ในขณะที่โปรแกรมอื่นๆ เช่น ออกกำลังกายและฝึกสมาธิเป็นโปรแกรมที่ค่อนข้างเฉพาะกลุ่มสำหรับผู้มีความสนใจพิเศษและใช้ระยะเวลาเข้าร่วมนาน ซึ่งจังหวัดภูเก็ตควรให้ความสำคัญและพัฒนาควบคู่ไปด้วยเนื่องจากเป็นโปรแกรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลานานขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับคัมสิทธ์ เกียนวัฒนา สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์ (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายของการมาท่องเที่ยว คือ ต้องการพักผ่อนและนันทนาการ โดยใช้เวลาในการท่องเที่ยว ประมาณ 2-5 วัน และกิจกรรมการนวดแผนไทย เพื่อส่งเสริมสุขภาพเป็นกิจกรรมเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการเข้าร่วมมากที่สุดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พิชญาภรณ์ ภูมิภินันท์ และ ณารีญา วีระกิจ (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรก มีการวางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 สัปดาห์ และมีระยะเวลาในการพำนักในจังหวัดภูเก็ตไม่เกิน 1 สัปดาห์ ส่วนใหญ่เดินทางมากับคู่รัก/สมรส บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การชะลอวัย และการบริการสปา นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ใช้จ่ายในบริการเชิงสุขภาพต่ำกว่า 1,000 หยวน กนกกาญจน์ กล่อมเกลา, กนกพร ภาติฉายม กาญจนาวดี สาลีเทศ (2562) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและมีความสนใจในกิจกรรม ได้แก่ นวดแผนไทย นวดเท้า บริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรและความงาม

นอกจากนี้ ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโปรแกรมหรือบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศ/สภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านราคาสมเหตุสมผล และปัจจัยด้านการบริการ อย่างมีอาชีพนั้นมีความสำคัญมากที่สุด สามารถอธิบายผลได้ว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวมองว่าการมาใช้บริการสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวจะได้ทั้งการพักผ่อนในบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ โดยสามารถวางใจได้ว่า จะได้รับการบริการจากบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพโดยเฉพาะ สะดวกสบาย น่าเชื่อถือ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังมองว่าราคาในการใช้บริการสุขภาพต่างๆ ในจังหวัดภูเก็ตมีค้ำค่าสมเหตุสมผลกับเงินที่จ่ายไป ในด้านความถี่ในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพและจองโปรแกรมเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมหาข้อมูลจากบุคกิ้ง ดอท คอม เว็บไซต์ / แอปพลิเคชั่นออนไลน์ และการเข้าใช้บริการโดยตรงกับสถานบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ คัมสิทธ์ เกียนวัฒนา สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์ (2561) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในระหว่างการท่องเที่ยว คือ ราคาเหมาะสมกับบริการส่งเสริมสุขภาพและความมั่นใจใน

ความรู้ความสามารถของบุคคลผู้ให้บริการ พิษณุภรณ์ ภูมิอนันท์ และ ณารีญา วีระกิจ (2561) พบว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้ในการค้นหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ บริษัททัวร์ และอินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ ปิยะวิทย์ ทิพรส ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ กุลทิวา โช้เงิน (2563) พบว่า จุดแข็งของการบริการเชิงสุขภาพ คือ การจัดการทั่วไปและระบบสารสนเทศ การให้บริการของเทอร่าปิสต์ ผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับสปาแสดงเอกลักษณ์ไทย และบรรยากาศของสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีความสะอาด สวยงาม ตามแบบเอกลักษณ์ไทย นอกจากนี้งานวิจัยของ Ashton (2018) ได้พบว่า จุดหมายปลายทางที่มีบรรยากาศเงียบสงบ โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรมีความเงียบเพื่อให้นักท่องเที่ยวสัมผัสถึงความสงบระหว่างใช้บริการ

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยผลักดัน (Push factors) 1) **ด้านการผ่อนคลายและการหลบหนี** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการใช้เวลาเพื่อให้ร่างกายสดชื่นและผ่อนคลาย, 2) **ด้านการรับรู้** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การหลีกเลี่ยงจากกิจวัตรประจำวัน, 3) **ด้านอίσระภาพในการจูงใจ** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับประสบการณ์ด้านสุขภาพที่ดีควบคู่ไปกับประสบการณ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ, 4) **ด้านการพัฒนาตนเอง** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรู้สึกถึงความสงบจากภายใน และการรับประสบการณ์เกี่ยวกับสุขภาพองค์รวม, 5) **ด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุดต่อการฟื้นฟูจิตใจ (จิต), การฝึกสมาธิ (จิตวิญญาณ), 6) **ด้านการเข้าถึงชมและการเชื่อมความสัมพันธ์** มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดีย และการตามกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องผลการวิจัยเชิงปริมาณของงานวิจัยฉบับนี้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ประเด็นของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และงานวิจัยของ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา สุจิตรา สุคนธทรัพย์ และวิภาวดี ลิ้มสวัสดิ์ (2561) พบว่า แรงจูงใจหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นแรงจูงใจหลัก ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยที่มากที่สุด ได้แก่ ผ่อนคลายทางร่างกายและจิตใจ พิษณุภรณ์ ภูมิอนันท์ และ ณารีญา วีระกิจ (2561) พบว่า แรงจูงใจหลักในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ธรรมชาติ การผ่อนคลายและการหลบหนี และความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น สิริกร เลิศลักษณ์ธาร และคณะ (2560) พบว่า การพักผ่อนและการคลายเครียดเป็นแรงจูงใจหลักที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศ

ไทย Ting Gan, Jiansong Zheng, Wei Li, Jiaxin Li, Junxian Shen (2023) กล่าวว่า แรงจูงใจในการหลีกเลี่ยงหนี้ แรงจูงใจที่น่าดึงดูดใจ แรงจูงใจด้านสิ่งแวดล้อม และแรงจูงใจระหว่างบุคคล เป็นแรงจูงใจหลักที่สำคัญของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปัทมพร อัมวิทยา และ ศรัณญา กันตะบุตร (2564) พบว่า ปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ ความต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจ Nan Chen. (2022) พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจหลักที่สำคัญสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว คือ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการพักผ่อนและการหลบหนี

ในส่วนของปัจจัยดึงดูด (Pull factors) (10P's) พบว่า งานวิจัยก่อนหน้านี้ได้มีการศึกษาปัจจัยดึงดูด โดยชนิตา เดชวิทยานุกัณฑ์ (2555) ได้ใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ดานผลิตภัณฑ์และบริการด้านราคา ดานช่องทางการจัดจำหน่าย และดานส่งเสริมการขาย ดานบุคลากร ดานกระบวนการทำงาน และดานลักษณะทางกายภาพ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดสามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์หลักในการบริหารจัดการธุรกิจสปาเพื่อการบริการสปาเพื่อสุขภาพและพัฒนาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ได้นำปัจจัยดึงดูดโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (10P's) มาวิเคราะห์เพิ่มเติมทำให้สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สินค้าและบริการ (Product) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด คือ การมีศูนย์สุขภาพที่มีคุณภาพสูง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า จุดเด่นของสินค้าและบริการเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต คือ ธรรมชาติ ความหลากหลาย คุณภาพการบริการและบุคลากร ชื่อเสียงเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมพร อัมวิทยา และ ศรัณญา กันตะบุตร (2564) พบว่า ปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ Warangkana Thawornwiriyatrakula , Supawat Meeprom (2020) พบว่า การมีผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีมีคุณภาพแตกต่างไม่เหมือนใครสามารถเป็นแรงจูงใจดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการเชิงสุขภาพเป็นสำคัญ และยังเป็นสิ่งที่ต่อยอดถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยอมจ่ายให้กับสินค้าที่มีคุณภาพ เนื่องจากผลิตภัณฑ์และบริการเชิงสุขภาพเป็นสิ่งที่มีความกระทบต่อร่างกายโดยตรงทำให้ทุกคนต้องการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับร่างกายเพื่อสุขภาพกายและใจที่แข็งแรง จึงควรมีการพัฒนาและสนับสนุนสินค้าและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้คงไว้ซึ่งมาตรฐาน ควบคู่กับการกำกับ ดูแล ติดตาม พร้อมกับยกระดับสู่ระดับมาตรฐานสากล

2. ราคา (Price) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคา คุณภาพ คำนึงกับเงินที่จ่ายไป แพคเกจสุขภาพมีหลากหลายราคาให้เลือก และการแสดงราคาที่ชัดเจน) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า ราคาสินค้าและบริการในจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายตามคุณภาพการบริการ โปรแกรม และสถานที่การให้บริการ ทำให้

ทุกคนสามารถเข้าถึงการบริการได้ทุกระดับ และอีกจุดเด่นของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ มีราคาที่สมเหตุสมผลถูกกว่าประเทศอื่นและมีชื่อเสียง คุณค่าคุณภาพสูง อีกทั้งค่าครองชีพในจังหวัดภูเก็ตมีราคาที่ไม่แพงสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้ทุกคนเข้าถึงบริการได้ง่าย ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ความสำคัญกับคุณค่าและราคาเท่าๆกัน โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมพร อิมวิทยา และ ศรัญญา กันตะบุตร (2564) พบว่า ปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ด้านราคา มีราคาที่เหมาะสม คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา สุจิตรา สุนทรทรัพย์ และวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์ (2561) พบว่า ราคามีความเหมาะสมกับการส่งเสริมสุขภาพ และ ณริญา วีระกิจ ชัยนันต์ ไชยเสน พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม, (2562) และ พุทธพร อักษรไพโรจน์ (2563) พบว่า ราคการให้บริการเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับคุณภาพของจังหวัดภูเก็ตทำให้จังหวัดภูเก็ตได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ในภูมิภาค เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศไทยมีค่าครองชีพที่ต่ำกว่าประเทศอื่นแต่มีการบริการที่มีคุณภาพและสมราคากับบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ ซึ่งสิ่งนี้ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

3. สถานที่การจัดจำหน่าย (Place) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด คือ การที่จังหวัดภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีเหมาะสมแก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิเช่น สถานที่ในการจัดจำหน่ายมีสิ่งอำนวยความสะดวก สะอาด ถูกหลักอนามัย ครบครัน ตั้งอยู่ในทำเลที่ดีเหมาะสมแก่การเดินทางมาใช้บริการสุขภาพ เข้าถึงการบริการได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า จังหวัดภูเก็ตได้มีสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเชิงสุขภาพทั้งแบบ Online และ Offline โดยภาคเอกชนได้มีการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทาง Online ผ่านเว็บไซต์ CoCoaSAP และ offline ผ่านทางโปรแกรมเชิงสุขภาพจะมีการจัดจำหน่ายในโรงแรม ร้านอาหาร โรงพยาบาล และ wellness center ในจังหวัดบริเวณในตัวเมือง และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อลูกค้าเข้าถึงง่าย และตอบสนองให้ข้อมูลลูกค้าได้ทันถ่วงที ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดอย่างเห็นได้ชัด โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมพร อิมวิทยา และ ศรัญญา กันตะบุตร (2564) พบว่า ปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ด้านสถานที่ สถานที่ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ สถานที่บริการมีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ถูกสุขอนามัย Nan Chen. (2022) พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจดึงดูดด้านสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ Jang, & Wu, (2006) ได้พบว่า มาตรฐานความสะอาด สุขอนามัย ความปลอดภัยและบรรยากาศรอบข้างก็เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในการตัดสินใจอีกด้วย และ งานวิจัยของ Korawan Sangkakorn, et al. (2011) พบว่า นอกจากบรรยากาศ สถานที่บริการที่สะอาดของสถานที่จัดจำหน่ายแล้ว สิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก เช่น ลิฟต์ ทางลาดชัน จุดบริการปฐมพยาบาล รวมถึงมีบริการอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายผู้สูงอายุ ก็เป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรคำนึงถึงเช่นกัน

4. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การมีสถานที่เอื้อต่อสุขภาพ (ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่พักเพื่อสุขภาพ โรงพยาบาลเพื่อสุขภาพ โรงเรียนและมหาวิทยาลัยที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ฟิตเนส ศูนย์สุขภาพ สถานที่ทำงานเพื่อสุขภาพเมืองแห่งสุขภาพ), การมีกิจกรรมเพื่อสุขภาพ (กีฬา การปั่นฟูลิตใจ การรับประทานอาหาร การผ่อนคลาย การนอนหลับ การศึกษา), และการมีสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ (พื้นที่สีเขียวสาธารณะ เป็นมิตรกับคาร์บอน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม บรรยากาศ) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า ศักยภาพและอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางกายภาพที่โดดเด่น อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่อิงธรรมชาติและสอดแทรกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นของจังหวัดภูเก็ตให้นักท่องเที่ยวรับรู้ เช่น สปาทราย นวดไทย โนราบิค และมวยไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการนำเสนอความเป็น “Thainess” “Phuketian” ความเป็นท้องถิ่นภูเก็ต และสมุนไพร ผัก ผลไม้ ท้องถิ่น ออกไปสู่สายตาคนทั้งโลกโดยมีรัฐเป็นสื่อกลางในการนำเสนอ ซึ่งสิ่งนี้เป็นอัตลักษณ์ที่สามารถผลักดันให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีความแตกต่างและสามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้ เป็นโดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา สุจิตรา สุคนธทรัพย์ และวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์ (2561) พบว่า บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นแรงจูงใจหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พิชญากรณ์ ภูมิอนันท์ และ ณาธิญา วีระกิจ (2561) พบว่า แรงจูงใจอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจ คือ ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม เนื่องจากสิ่งเหล่านี้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายและเรียนรู้สิ่งใหม่ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างไปจากกิจวัตรเดิมๆ และ Ashton (2018) ยังพบว่า การเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสประสบการณ์จริง สถานที่ที่มีภูมิทัศน์ธรรมชาติที่เต็มเต็มความสุขทางจิตวิญญาณและเชื่อมโยงกับธาตุทั้ง 4 ของชีวิต โดยเฉพาะดิน ลม ไฟ และน้ำ เป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

5. บุคคลากร (People) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด คือ การที่ผู้ให้บริการมีทักษะและความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (มีความเชี่ยวชาญ) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีผู้เชี่ยวชาญและที่พักแบรินด์ดังมากมายที่มีบุคลากรคุณภาพด้านสุขภาพ แต่ยังไม่เพียงพอจำเป็นต้องเร่งมือในการพัฒนาคนและจูงใจคนที่มีความรู้ความสามารถด้านสุขภาพองค์รวมมาให้มากขึ้นในอนาคตเพื่อใช้คุณภาพคนเป็นจุดขายด้วย โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ คม

สิทธิ์ เกียนวัฒนา สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์ (2561) พบว่า ความมั่นใจในความรู้ความสามารถของบุคคลผู้ให้บริการเป็นแรงจูงใจหลักที่ตึงนักร้องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งเป็นไปในทางเดียวกันกับ งานวิจัยของ อัญญา สมบัติพิบูลย์ (2563) พบว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากที่สุด เนื่องจากคุณภาพของบุคลากรเสมือนภาพลักษณ์ขององค์กรที่สื่อออกไปให้ลูกค้ารับรู้ และไว้วางใจที่จะใช้บริการ จึงควรมีการอบรมพัฒนาทักษะการให้บริการของบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสม่ำเสมอทั้งการให้บริการ นวัตกรรมเชิงสุขภาพ ภาษา เป็นต้น

6. การส่งเสริมการขาย (Promotion) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมาก ได้แก่ การมีโปรโมชั่นหลากหลาย การโฆษณาหลายช่องทาง (ออนไลน์ / ออฟไลน์) และการรีวิวออนไลน์ / ออฟไลน์ (การรีวิวออนไลน์โดยผู้มีอิทธิพล / ยูทูบเบอร์ / ญาติ) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า ภาคเอกชนได้มีการส่งเสริมการขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอย่างเข้มข้น ผ่านทั้ง online และ offline ผ่านการออกงานอีเว้นท์ Road show ทั้งในและต่างประเทศ และ PR นำเสนอขายภาพลักษณ์ wellness รวมถึงการสร้างการมองเห็นซ้ำ ให้กับนักท่องเที่ยว และการสร้าง content ผ่านช่องทาง Social media ที่เป็นที่ยอมรับในยุคสมัยปัจจุบัน เช่น Instagram Facebook TikTok เป็นต้น ซึ่งการส่งเสริมการขายในรูปแบบ Social media e-WOM WOM Blogger review และ Agency โดยมีถือเป็นสื่อหลักในการเชื่อมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการให้เกิดการซื้อขายได้แบบไร้รอยต่อ และยังเป็นช่องทางที่ดีในการส่งต่อประสบการณ์สร้างการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) เกิดการบอกต่อประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวจนเกิดเป็น community และ การกลับมาท่องเที่ยวและการใช้บริการซ้ำ (Reperches) ในอนาคตอีกด้วย โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Warangkana Thawornwiriyaatrakula , Supawat Meeprom (2020) พบว่า การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดที่ดีเป็นแรงจูงใจตึงให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ เนื่องจากปัจจุบันทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อได้ง่ายแค่ปลายนิ้วและเศรษฐกิจที่แปรปรวน การส่งเสริมการตลาด โปรโมชั่น และการโฆษณา หรือแม้กระทั่งการรีวิวบอกปากต่อปาก จึงเป็นสิ่งที่ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าในการใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการลดราคาพิเศษ การแถมสินค้า/บริการ ในยุคปัจจุบันค่อนข้างมาก ดังนั้นการกระตุ้นโปรโมชั่นในการให้นักท่องเที่ยวใช้บริการสุขภาพจึงเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญเพื่อให้เกิดการตัดสินใจลองใช้ผลิตภัณฑ์และบริการได้ง่ายมากขึ้น

7. กระบวนการและระบบการบริหารจัดการและขั้นตอน (Process) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมาก ได้แก่ มาตรฐานคุณภาพการบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (ความรวดเร็วในการให้บริการ) ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกสบาย

ในการเข้าถึงการบริการด้านสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (ออนไลน์/ออฟไลน์) ซึ่งผลการวิจัยเชิงคุณภาพได้จากการนำเสนอมุมมองของผู้ประกอบการด้านสุขภาพ พบว่า กระบวนการบริหารจัดการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตมีการดำเนินงานตามหน้าที่ของหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายเป็นหลัก มีการบริหารจัดการแบบบูรณาการกันทุกภาคส่วน แต่ยังติดในขั้นตอนการปฏิบัติงานร่วมกับรัฐที่มีขั้นตอนที่ล่าช้าและเงื่อนไขพิเศษต่างๆ การบริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีการบริการที่ดีเยี่ยมและผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในธุรกิจสุขภาพและบริการมานาน เพราะเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกอยู่แล้ว โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุศรินทร์ เขียวไพร และไตรรัตน์ จารุทัศน์ (2564) พบว่า การรองรับการบริการทางการแพทย์ การมีบุคลากรที่มีคุณภาพที่รองรับการให้บริการในพื้นที่ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางตัดสินใจใช้บริการสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น จึงควรสร้างคุณภาพการให้บริการและสินค้าให้มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับมาตรฐานระดับสากล โดยการพัฒนากระบวนการตั้งแต่การสร้างผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัย ปลอดภัย มีมาตรฐานการอบรมพนักงานซึ่งจังหวัดภูเก็ตมีการจัดอบรมในระดับจังหวัดและหน่วยงานเป็นประจำ และมีหน่วยงานกำกับติดตามคุณภาพทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจได้การสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของกระบวนการจัดการในธุรกิจเชิงสุขภาพจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้นและลบภาพธุรกิจสุขภาพเสียได้

8. การจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ (Packaging) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมากต่อแพคเกจสปานวดเพื่อสุขภาพ แพคเกจการออกกำลังกาย แพคเกจดูแลความงาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า แพคเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท การพัฒนาแบรนด์และกิจกรรมเชิงสุขภาพในรูปแบบการบูรณาการกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้ไม่จำเจและมีกลุ่มตลาดกว้างขึ้นซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวค่อยๆ ซึมซับและรับรู้ถึงคุณค่าของสินค้าและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ ยังสามารถเชื่อมโยงแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปยังพื้นที่จังหวัดรอบข้างได้เพื่อร่วมแบ่งปันทรัพยากร กระจายรายได้เมืองหลักสู่เมืองรองเพื่อความยั่งยืนระยะยาว โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมพร อิมวิทยา และ ศรีัญญา กันตะบุตร (2564) พบว่า แรงจูงใจจำแนกตามประเภทกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีผู้เข้าร่วมมากที่สุด 3 อันดับได้แก่ การนวดแผนไทย สปา และการนวดฝ่าเท้า คมสิทธิ เกียนวัฒนา สุจิตรา สุนทรทรัพย์ และวิภาวดี ลิ้มสวัสดิ์ (2561) พบว่า กิจกรรมส่งเสริมที่ใช้ภูมิปัญญาไทยที่เลือกใช้ คือ การนวดแผนไทยเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ในขณะเดียวกัน พิชญากรณ์ ภูมิอินันท์ และ ณาริญา วีระกิจ (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีน มีความสนใจในการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การชะลอวัย และการบริการสปา เนื่องจากแพคเกจสปาหรือนวดเพื่อสุขภาพสามารถเข้าถึงได้ง่าย ระยะเวลาสั้น ผ่อนคลายความเครียดและทำให้รู้สึกถึงการพักผ่อนที่แท้จริง อีกทั้ง เป็น

ภาพจำของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยที่นักท่องเที่ยวรู้จักและเป็นกิจกรรมเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวต้องการทดลองทำเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในลำดับต้นๆ ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาก และปัจจุบันมีการเชื่อมโยงการบริการด้านที่พักเพื่อสุขภาพ บริการสปา และบริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตด้วย (ณารัตนา วีระกิจ ชัยนันต์ ไชยเสน พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม, 2562)

9. การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Programming) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมาก ได้แก่ การที่จังหวัดภูเก็ตมีงานอีเว้นท์และเทศกาลที่น่าสนใจสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น กิจกรรมกีฬา ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมสมุนไพรไทย) การที่จังหวัดภูเก็ตมีกิจกรรมพิเศษที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น สปา สุขภาพจิต มวยไทย โยคะ การทำอาหารเพื่อสุขภาพ) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า โดยส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมหรืองานอีเว้นท์พิเศษเล็กๆ เช่น ตลาดนัดสุขภาพ การเสวนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนกิจกรรมใหญ่ๆจะออกไปในแนวของกีฬาเพื่อสุขภาพเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสุขภาพ เช่น กิจกรรมไตรกีฬาประจำปี งานแข่งขันเรือใบชิงแชมป์ กิจกรรมวิ่งมาราธอน เป็นต้น และนอกนั้นจะเป็นโปรแกรมพิเศษที่สถานประกอบการสปา ที่พักแรม ร้านอาหาร จัดขึ้นภายใน เช่น โปรแกรมโยคะ on the beach โปรแกรม wellbeing โปรแกรมกิจกรรมทำอาหารเพื่อสุขภาพ โปรแกรมฝึกสมาธิ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นโปรแกรมที่เจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะพิเศษ โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณารัตนา วีระกิจ ชัยนันต์ ไชยเสน พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม, (2562) และ พุทธพร อักษรไพโรจน์ (2563) ที่พบว่า จุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต คือ การที่ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีนโยบายชัดเจนในการสนับสนุน ส่งเสริมการออกแบบโปรแกรมและเชื่อมโยงการบริการเชิงสุขภาพ เพื่อยกระดับการบริการให้มีความแตกต่าง หลากหลาย และเพิ่มมูลค่าในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

10. การผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในระดับมาก ได้แก่ พันธมิตรภาคเอกชนด้านสุขภาพ พันธมิตรภาคชุมชนด้านสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า จังหวัดภูเก็ตถือได้ว่าเป็นต้นแบบของจังหวัดที่มีการบูรณาการทำงานระหว่างเครือข่ายอย่างเข้มแข็ง โดยมีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชน ในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ตอยู่เป็นทุนเดิม ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็มีหน้าที่ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน นอกจากนี้ การสร้างพันธมิตรเครือข่ายข้ามธุรกิจ (Cross partnership) ก็เป็นอีกกลยุทธ์ที่จังหวัดภูเก็ตควรมีการพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มโอกาสและขยายตลาดให้ครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตให้มีความยั่งยืนและเติบโตอย่างต่อเนื่องจนสามารถกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก (Blue zone) ได้ในอนาคต เช่น การผนึกกำลังระหว่างรัฐ เอกชน ภาควิชาการ และชุมชน ในการร่วมกันสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใหม่เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสุขภาพสร้างสรรค์ กระจายรายได้สู่ชุมชน สร้างสังคมสุขภาพดี ที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธพร อักษรไพโรจน์ และคณะ (2561) พบว่า รูปแบบนวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตประกอบด้วย 6 ประการหนึ่งนั้น คือ นวัตกรรมด้านการสร้างความผูกพันและการสร้างเครือข่าย (Engagement and Networking) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากการมีพันธมิตรหรือเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกลยุทธ์สำคัญในการปรับคู่แข่งเป็นพันธมิตรและเกิดการเชื่อมโยงเส้นทางและบริการร่วมกันไม่ว่าจะเป็นระดับหน่วยงาน จังหวัด ภูมิภาค ประเทศ และโลก ให้มีโอกาสทางการตลาดที่แข็งแกร่งกว้างขวาง และพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้นในอนาคต

จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตต่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า **ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ** มีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การตั้งอยู่ในทำเลที่ดี และการมีระบบการจองและชำระเงินที่หลากหลาย, **ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ** มีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ การที่ผู้ให้บริการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีและชัดเจนในหลากหลายภาษา, **ด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ** มีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การมีความแม่นยำในการใช้คำศัพท์เฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการอธิบายข้อมูลและการให้ข้อมูลเฉพาะทางด้านสุขภาพ, **ด้านความพึงพอใจต่ออรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ** มีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานแต่งกายสะอาดและเรียบร้อย พนักงานมีความมั่นใจและคิดบวก พนักงานเอาใจใส่ในการบริการ และพนักงานมีใจบริการ, **ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการ** มีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้และทักษะ จรรยาบรรณในการบริการ และอุปกรณ์บริการด้านสุขภาพมีความทันสมัยและคุณภาพสูง, และ **ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ** มีระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพด้านสุขภาพที่ได้รับยอดเยี่ยมคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป คุณภาพการบริการคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และการบริการ/แพคเกจเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีราคาที่เหมาะสม ผลจากการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในทุกด้านต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการบอกต่อและมาใช้บริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตซ้ำอีกในอนาคต ซึ่งมี

ความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวรรณ สุวรรณสิงห์ (2561) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านสถานที่ทำเลที่ตั้งเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือคุณภาพการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคามีความพึงพอใจรู้สึกคุ้มค่า ราคาสมเหตุสมผล และชนิดา เดชวิทยานุกัณฑ์ (2555) พบว่า สป่าเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีจุดเด่นในด้านความสะอาดของสถานที่ผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง บรรยากาศที่เงียบสงบ ส่วนในด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีความอ่อนน้อม และมีความชำนาญในการบริการ ในด้านการบริการมีราคาบริการที่สมเหตุสมผล ความหลากหลายของบริการที่น่าเสนอ การใช้เวลาผลิตภัณ์สะอาด ระยะเวลาในการให้บริการที่เหมาะสม และการให้บริการมีความปลอดภัย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจในการให้บริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พิชญาภรณ์ ภูมิอินันท์ และณาริญา วีระกิจ (2561) พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ ด้านบุคคล กล่าวคือ บุคลากรที่ให้บริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีคุณภาพ บุคลากรที่มีความรู้และทักษะ และจรรยาบรรณในการบริการ และเลิศพร ภาระสกุล (2558) ได้กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อม ความหลากหลายของกิจกรรมและที่พัก และราคา ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

จากการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis และสังเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ทำให้ผู้วิจัยได้สามารถสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ แนวทาง กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ออกเป็น 1 วิสัยทัศน์ 7 พันธกิจ 4 แนวทาง 11 กลยุทธ์ 56 โครงการ ดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ (Vision) จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกสำหรับทุกคน (World Class Wellness Tourism Destination for All)

พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนาและส่งเสริมให้มีการสร้างระบบ Infrastructures และ Super infrastructures ด้านสุขภาพที่มีมาตรฐานและเอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนักท่องเที่ยวสุขภาพทุกประเภท
2. พัฒนาและส่งเสริมในการผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพองค์รวมและมีคุณภาพในการให้บริการแบบเหนือระดับเฉพาะบุคคล (Premium Personalize Service) เพื่อรองรับการเป็น Medical and Wellness Hub และศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก

3. พัฒนาและส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลายและเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย

4. พัฒนาและส่งเสริมการจัดทำแอปพลิเคชันรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูเก็ตที่ครบวงจรเพื่อสร้างมาตรฐานกลาง สร้างความน่าเชื่อถือ อำนวยความสะดวก และมีปลอดภัยขั้นสูงที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างไร้ขีดจำกัด

5. พัฒนาและส่งเสริมประชาสัมพันธ์และผลักดันสถานประกอบการด้านสุขภาพให้มีการจดทะเบียนอย่างถูกกฎหมายและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่อยอดเป็นสถานประกอบการเชิงสุขภาพสีขาว

6. พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือเครือข่ายในการบูรณาการทำงานร่วมกันอย่างจริงจังทุกระดับ (ระดับโลก ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับชุมชน)

7. พัฒนาและส่งเสริมจังหวัดภูเก็ตให้เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ Blue Zone ระดับโลก

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ พบว่า ทุกภาคส่วนมีความเห็นที่สอดคล้องกันและสามารถนำมากำหนดแนวทาง กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตได้ ดังต่อไปนี้

1. แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ตามกลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strength + Opportunity) คือ “แนวทางที่ 1 พัฒนาและส่งเสริมให้มีการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลายเพื่อขยายตลาดและเปิดประสบการณ์ใหม่ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกประเภท (Phuket: Wellness Destination for All)” โดยประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์ 18 โครงการ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาแบรนด์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์โดยต่อยอดบูรณาการประยุกต์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง ชิมชั๊ป และเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ง่ายขึ้นแบบ All in one พร้อมทั้งได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แปลกใหม่ ไม่จำเจ และแตกต่างไปอื่นๆ อีกทั้ง ยังเป็นการนำอัตลักษณ์ความหลากหลายของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมาสร้างมูลค่าเพิ่มแบบไม่รู้จบ

- **โครงการที่ 1** โครงการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไตรวิถี (อาหาร สุขภาพ ธรรมชาติ อย่างยั่งยืน) (Tri-way Wellness Tourism) แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับพรีเมียม (Premium Wellness tourism) แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบพหุวัฒนธรรม (Contemporary Wellness Tourism) แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคาร์บอนต่ำ (Low Carbon

Wellness Tourism) แบรินด์การท่องเทียวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์ (สุขภาพ+ประสบการณ์ลงมือทำ+วัฒนธรรม) (Creative Wellness Tourism) แบรินด์การท่องเทียวเชิงสุขภาพที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Wellness Tourism) และแบรินด์การท่องเทียวมูลค่าสูง (High Value Tourism)

- **โครงการที่ 2** โครงการยกระดับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก
 - **โครงการที่ 3** โครงการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - **โครงการที่ 4** โครงการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพเฉพาะวิชาชีพสู่สายงานธุรกิจสุขภาพ
 - **โครงการที่ 5** โครงการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพองค์รวม ได้แก่ กิจกรรมเพื่อสุขภาพความสวยงาม (วิตามิน ชะลอวัย) กิจกรรมฝึกสมาธิ/จิตใจ กิจกรรมอาหารเป็นยา (โภชนาการ) กิจกรรมกีฬาพื้นบ้านและสากล (มวยไทย โนราบิค) กิจกรรมการเรียนรู้ด้านสุขภาพ (โยคะ นวดไทย ดิทัอก) และกิจกรรมสปาและนวดไทย (ทำผลิตภัณฑ์สุขภาพ ลูกประคบ สครับ สบู่ น้ำมันหอมระเหย)
 - **โครงการที่ 6** โครงการพัฒนาเมืองคาร์บอนต่ำผ่านระบบการจัดการเมืองอย่างยั่งยืน
- กลยุทธ์ที่ 2** การพัฒนาและส่งเสริมให้มีการสร้างระบบ Infrastructures และ Super infrastructures ด้านสุขภาพที่มีมาตรฐานเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนักท่องเที่ยวสุขภาพทุกประเภท อาทิเช่น พื้นที่สาธารณะสีเขียวพอกอากาศสร้างภูมิคุ้มกันทางกายและใจ โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณสุขที่เอื้อสำหรับทุกคนอย่างเท่าเทียมกันโดยเริ่มจากการให้ความสำคัญกับการให้บริการระบบสาธารณสุขที่ดีแก่ประชาชนในพื้นที่ก่อนเพื่อเป็นต้นแบบให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพให้มีประสิทธิภาพและรวมถึงให้เกิดการเข้าถึงได้ของคนทุกกลุ่มนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการพัฒนาสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกและMedical and Wellness Hub ในอนาคต

- **โครงการที่ 1** โครงการพัฒนาพื้นฐานด้านสุขลักษณะในพื้นที่สาธารณะ
- **โครงการที่ 2** โครงการป่าในเมือง (Forest in Phuket City) โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่สาธารณะให้เป็นพื้นที่สีเขียวหรือปอดของจังหวัดภูเก็ต
- **โครงการที่ 3** โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT และ smart city (Wellness Smart City) เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจใหม่ที่มีความทันสมัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น แอปพลิเคชันท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแนะนำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ห้องน้ำอัจฉริยะที่สะอาดถูกสุขลักษณะสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ หญิงตั้งครรภ์ เด็ก และกลุ่มเปราะบางในแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอ ทางลาดหรือทางเดินที่

สะดวกและเหมาะสม เป็นต้น

- **โครงการที่ 4** โครงการจัดตั้งศูนย์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพระศานานาชาติ (International Health Tourism Center) เพื่อให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแบบครบวงจร
- **โครงการที่ 5** โครงการพัฒนาและส่งเสริมจังหวัดภูเก็ตสู่การเป็น International Medical and Wellness Hub

กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในจังหวัดภูเก็ต

ภูเก็ต

- **โครงการที่ 1** โครงการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของจังหวัดภูเก็ต
- **โครงการที่ 2** โครงการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนต่อยอดสู่การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพ (Local wellness to Global wellness)
- **โครงการที่ 3** โครงการรักษาท้องถิ่น เพื่อรักษาสืบสานไว้ซึ่งวัฒนธรรม อัตลักษณ์ ภูมิปัญญา ดั้งเดิมอันทรงคุณค่า
- **โครงการที่ 4** โครงการสร้างระบบอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีสู่โลกที่ยั่งยืน (Healthy foods chain for All to Global sustainability)
- **โครงการที่ 5** โครงการพัฒนาและส่งเสริมยกระดับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- **โครงการที่ 6** โครงการพัฒนาและส่งเสริมความยั่งยืนทางสุขภาพ โดเน้นประชาชนในจังหวัดภูเก็ตให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและจิตใจ มีความเป็นอยู่ที่ดี ป่วยน้อยลง อายุยืนยาวขึ้น
- **โครงการที่ 7** โครงการสำรวจขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เพื่อเน้นตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพมากกว่าปริมาณนักท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยลดปัญหา Overtourism ในอนาคต

2. แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ตามกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO: Weakness + Opportunity) คือ “แนวทางที่ 2 คือ ยกระดับสมรรถภาพจังหวัดภูเก็ตสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพระศานานาชาติ โดยประกอบไปด้วย 4 กลยุทธ์ 21 โครงการดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปยังพื้นที่ใกล้เคียง เช่น พังงา กระบี่ ระนอง เป็นต้น และนานาชาติ

- **โครงการที่ 1** โครงการสร้างเครือข่ายสมาคมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดามัน นานาชาติแห่ง ASEAN เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไร้พรมแดน

- **โครงการที่ 2** โครงการการทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างเป้าหมายที่ชัดเจนจากความร่วมมือของกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดภูเก็ตและอันดามัน

- **โครงการที่ 3** โครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดามัน (Andaman wellness tourism route)

- **โครงการที่ 4** โครงการ Wellness Coach the Coaches เป็นโครงการที่เครือข่ายการท่องเที่ยวเดิมหรือจังหวัดที่ประสบความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแล้วจะช่วยแนะนำและสอนงานจังหวัดใหม่ที่มีทรัพยากรและต้องการพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- **โครงการที่ 5** โครงการพัฒนาภูมิทัศน์ปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น พื้นที่สาธารณะสวนสุขภาพ ลดมลพิษโดยการรณรงค์ให้ใช้พลังงานสะอาด ลดขยะ รณรงค์การใช้ถุงผ้า ภาชนะและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดขยะจากสถานประกอบการเชิงสุขภาพ เป็นต้น

- **โครงการที่ 6** โครงการสร้างจังหวัดภูเก็ตให้เป็น Blue Zone แห่งใหม่ ที่เน้นการพัฒนา 3 อ ได้แก่ อาหารดี (การกินดี) ออกกำลังกายดี (สุขภาพกายดี) และอารมณ์ดี (จิตใจดี)

กลยุทธ์ที่ 2 สร้างแผนการตลาดเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตที่ทันสมัยโดยการนำผู้ทรงอิทธิพล นวัตกรรม เทคโนโลยี ต่างๆมาประยุกต์ใช้ให้เกิดผลสูงสุด

- **โครงการที่ 1** โครงการพัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรมการจัดการการตลาดบริการ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรูปแบบใหม่ๆเพื่อเข้าถึงกลุ่มตลาดได้กว้างมากขึ้น

- **โครงการที่ 2** โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การสร้าง Phuket wellness Soft power เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต (Phuket Wellness's DNA) มาปรับใช้ให้เป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้แตกต่างจากที่อื่น เช่น สับปะรด ออกกำลังกายแบบโนราบิกและร้อนแร่ หอยมุก สปา ทราย เป็นต้น

- **โครงการที่ 3** โครงการส่งเสริมการจัดอีเว้นท์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้ง Medical และ Wellness ระดับชาติและนานาชาติในจังหวัดภูเก็ต

- **โครงการที่ 4** โครงการส่งเสริมแคมเปญเที่ยวภูเก็ตเพื่อชีวิตที่ยืนยาว (Phuket Longevity Champagne)

- **โครงการที่ 5** โครงการพัฒนา stories (Interpretation) มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- **โครงการที่ 6** โครงการพัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์ให้จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับทุกคน ทุกศาสนา ทุกเพศ ทุกวัย (Wellness Destination for All) ที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างระบบการจัดการในการบริการด้านสุขภาพให้ทันสมัย รวดเร็ว เข้าถึงได้ทุกคน อย่างเท่าเทียมกัน

- **โครงการที่ 1** โครงการจัดทำฐานข้อมูล Big Data เกี่ยวกับ Wellness ที่ทันสมัย รวดเร็ว ครอบคลุม และทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย ทั้งข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ พืชสมุนไพร ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศาสตร์การปรุงอาหารเป็นยา การบริการที่ได้มาตรฐาน ความปลอดภัยและความเสี่ยง ความคุ้มครองกรณีฉุกเฉิน ข้อมูลผู้ใช้บริการ กฎหมายและข้อบังคับ รวมไปถึงประเภทของการบริการ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมด้านสุขภาพต่างๆในจังหวัดภูเก็ตหรือเครือข่ายจังหวัดใกล้เคียง เพื่อนำใช้ในการวางแผนแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมเชิงสุขภาพและศึกษาความพึงพอใจ ความคาดหวังเพื่อนำไปได้อย่างทันท่วงที

- **โครงการที่ 2** โครงการเมืองแห่งสุขภาพที่มีความสุข (Healthy & Happiness City) โดยการยกระดับสาธารณสุขจังหวัดให้มีคุณภาพ รวดเร็ว ง่าย เพียงพอ เท่าเทียม และทันสมัยขึ้น และเข้าถึงบริการสาธารณสุขที่ดีได้ทุกคนทั้งประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่ดีและความสุขของทุกคน

- **โครงการที่ 3** โครงการสร้างคลินิกให้คำปรึกษาสำหรับผู้เริ่มทำธุรกิจสุขภาพ ในลักษณะ Share community ในรูปแบบ (SMEs Start up Center) เพื่อส่งเสริมให้มีนักลงทุนหน้าใหม่ในพื้นที่และสนับสนุนโอเดียนคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเริ่มลงทุนทำธุรกิจสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตและอันดามัน

- **โครงการที่ 4** โครงการ Wellness Smart City เพื่อพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆมาประยุกต์ใช้ในการพลิกฟื้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปพร้อมกับการเป็นเมือง Smart City

- **โครงการที่ 5** โครงการพัฒนาห้อง Lab ในการใช้ทดลองผลิตภัณฑ์สุขภาพ ร่วมกับสถานศึกษาที่มีศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการทำงานคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่มีมาตรฐานสูง

กลยุทธ์ที่ 4 การปรับเปลี่ยนกฎหมายให้เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความทันสมัย ไม่ล้าหลัง เอื้อต่อผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน

- **โครงการที่ 1** โครงการรณรงค์สร้างภาพลักษณ์สปาและบริการสุขภาพสีขาว

- **โครงการที่ 2** โครงการพัฒนามัคคุเทศก์อาชีพและท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- **โครงการที่ 3** โครงการยกระดับมาตรฐานวิชาชีพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก (International wellness license)

- **โครงการที่ 4** โครงการสร้างมาตรฐานกลางหรือกฎหมายควบคุม กำกับ ติดตาม ที่ทันสมัย ทัดเทียม เอื้อต่อธุรกิจสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3. แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ตาม กลยุทธ์เชิงแก้ไข (ST: Strength + Threats) คือ “แนวทางที่ 3 คือการบูรณาการทำงานกันระหว่าง ภาาีเครือข่ายเพื่อร่วมมือกันในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับจังหวัด โดยประกอบไปด้วย 2 กลยุทธ์ 9 โครงการ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกและระดับประเทศ

- **โครงการที่ 1** โครงการจัดตั้งกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับ ASEAN และ South East Asia เพื่อติดต่อประสานงานร่วมกับเครือข่ายเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มตะวันออก เอเชียใต้ และ อาเซียน

- **โครงการที่ 2** โครงการพัฒนาเครือข่ายและสร้างพันธมิตรกับกลุ่มประเทศคู่แข่งที่โดดเด่นในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- **โครงการที่ 3** โครงการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพันธมิตรเครือข่ายในการสร้าง เส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในกลุ่ม เช่น Treasure of ASIA Route เป็นต้น

- **โครงการที่ 4** โครงการการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไทยสู่มาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาคและระดับจังหวัด

- **โครงการที่ 1** โครงการพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ระดม ทุนและความร่วมมือจากรัฐ เอกชน และวิชาการเพื่อนำไปพัฒนาชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- **โครงการที่ 2** โครงการพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดามัน ภูเก็ต ระนอง กระบี่ พังงา สตูล ตรัง เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชื่อมโยงกันเปิด ประสบการณ์ใหม่และแบ่งปันทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและ สังคม

- **โครงการที่ 3** โครงการพัฒนาและส่งเสริมชุมชนในร่วมมืยกระดับผลิตภัณฑ์สุขภาพ และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ได้รับการยอมรับในมาตรฐานระดับสากล

- **โครงการที่ 4** โครงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์กลุ่มเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพใน

ภาพรวมของอันดามัน (Andaman wellness tourism route) สู่ระดับโลก

- **โครงการที่ 5** โครงการยกระดับร่างกฎหมายการจ้างงาน ที่ดิน ให้เอื้อต่อคนในท้องถิ่น หรือคนไทยให้ได้รับโอกาสก่อนต่างด้าวหรือต่างชาติ

4. แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต ตามกลยุทธเชิงแก้ไข (WT: Weakness + Threats) คือ “แนวทางที่ 4 คือ การพัฒนาและส่งเสริมปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยประกอบไปด้วย 2 กลยุทธ์ 8 โครงการ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาและส่งเสริมการผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและด้านสุขภาพที่มีศักยภาพสูง พร้อมกับสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสุขภาพของครัวเรือนต่อประชาชนเพื่อสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- **โครงการที่ 1** โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ Big data กลาง เพื่อต่อยอดสู่การบริการด้านสุขภาพแบบ one stop service เชื่อมโยงข้อมูลสุขภาพระหว่างหน่วยงานทั้งรัฐและเอกชนอย่างครบวงจร

- **โครงการที่ 2** โครงการอบรมปลูกฝังให้คนท้องถิ่น ตระหนักถึง indigenous culture ของท้องถิ่นของตน เพื่อคงเอกลักษณ์และความดั้งเดิมของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้

- **โครงการที่ 3** โครงการอบรมเรื่องการยกระดับความปลอดภัยและบริการด้านสุขภาพขั้นสูง (Personalized wellness service)

- **โครงการที่ 4** โครงการอบรมหลักสูตรสุขภาพของครัวเรือนแก่ประชาชน ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการปรับวิสัยทัศน์ให้รับรู้และเข้าใจบริบทการพัฒนาภูเก็ตสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก

- **โครงการที่ 5** โครงการอบรมพัฒนาทักษะ Hard skills และ soft skills สำหรับผู้ให้บริการและผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพ

- **โครงการที่ 6** โครงการอบรมการบริการด้านสุขภาพระดับ Premium Personalize service เพื่อบริการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ปกติและมีข้อจำกัดเฉพาะ เช่น มุสลิม อาหาร ผู้ป่วยโรคประจำตัวต่างๆ เป็นต้น และกลุ่มเปราะบาง เช่น คนพิการ เด็ก ผู้สูงอายุ เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 2 การยกระดับต่อยอดองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ใหม่เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจและวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตในอนาคตให้มีความยั่งยืนและทันสมัย

- **โครงการที่ 1** โครงการพัฒนา Application: Phuket Health & Wellness Tourism (PHWT) เพื่ออำนวยความสะดวก ประชาสัมพันธ์ และคัดกรองธุรกิจสุขภาพที่ได้มาตรฐาน

wellness (มวยไทย โนราบิค) Healthy Eating (สมุนไพร อาหารเป็นยา อาหารสุขภาพออแกนิก) เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 5 คือ การร่วมมือกันพัฒนาและผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เพียงพอต่อความต้องการและพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต

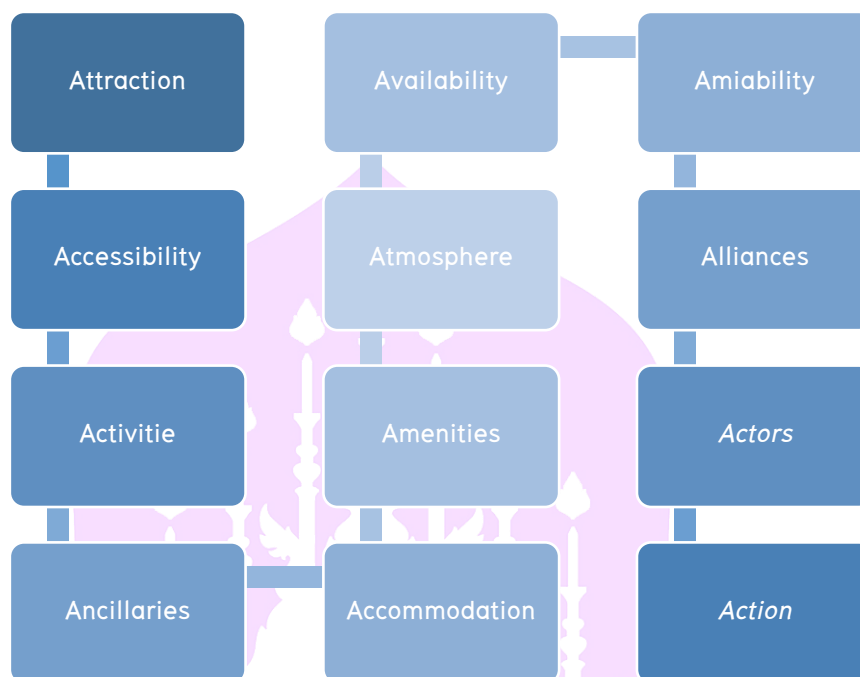
ขั้นตอนที่ 6 คือ การกำหนดกฎหมายและแนวทางการปฏิบัติกลางที่เป็นที่ยอมรับระดับสากลเพื่อออกเกณฑ์ต่างๆและเครื่องหมายสัญลักษณ์ที่มีมาตรฐานการบริการของสถานประกอบการเชิงสุขภาพสีขาวและผู้ให้บริการในประเทศไทย โดยหน่วยงานที่เชื่อถือได้และมีความเกี่ยวข้องับธุรกิจสุขภาพทุกประเภทโดยตรง

ขั้นตอนที่ 7 คือ การนำเสนอผลักดันภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยส่วนประสมทางการตลาด (11P's)

ขั้นตอนที่ 8 คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนร่วมสร้างแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตทั้งระยะสั้นและระยะยาวการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสร้างแบบแผนการปฏิบัติที่ดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ขั้นตอนที่ 9 คือ จังหวัดภูเก็ตได้รับการยอมรับระดับสากลในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่ในกลุ่ม “Blue Zone” (โซนสีน้ำเงิน หรือ Blue zone หมายถึง ภูมิภาคหรือพื้นที่ที่มีประชากรที่อายุยืนมากกว่าปกติอาศัยอยู่มากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก โดยตัวเลขที่เขากำหนดไว้สำหรับ “อายุยืนมากกว่าปกติ” คือ 90-100 ปี และที่สำคัญต้องเป็นผู้ที่มีชีวิตอยู่อย่างแข็งแรงทั้งกายและใจด้วย (Buettner,2010))

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย



ภาพ 14 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (12A's)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความสนใจอย่างมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าสูงส่งผลให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและผลกระทบเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพ ปัจจุบันพบว่าผู้คนมีความต้องการที่จะมีอายุที่ยืนยาวขึ้น และต้องการการพักผ่อนทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวคุณภาพกลุ่มนี้ จังหวัดภูเก็ตหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลกจึงต้องพัฒนาและตื่นตัวอยู่เสมอ โดยก่อนที่จะเกิดเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่ครอบคลุมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำเป็นต้องมีการศึกษาศักยภาพด้านต่างๆ จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพิจารณาการพัฒนาศักยภาพตามหลักการองค์ประกอบการท่องเที่ยว (10A's) แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยได้พบว่าการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว (10A's) ยังไม่เพียงพอจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเพิ่ม (2A's) เพิ่มเติมเข้ามาเพื่อให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) Actors คือ การพัฒนาทักษะบุคลากรด้านสุขภาพที่มีความเป็นมืออาชีพ เชี่ยวชาญเฉพาะ มีทักษะการบริการเชิงสุขภาพขั้นสูง และ 2) Action คือ การจัดการอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่านวัตกรรม มาตรฐาน กฎหมาย ข้อจำกัดทางศาสนา ทักษะบุคลากร และความรู้ด้านสุขภาพองค์รวมก็มีความสำคัญเช่นกัน

ที่จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตรวมทั้งการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายถือว่าจำเป็นในการช่วยพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในแง่ของการเติบโตและความยั่งยืน ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

สถานที่ท่องเที่ยว (Attractions) คือ สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การเข้าถึง (Accessibility) คือ การเดินทางคมนาคมเข้าถึงจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สะดวกสบายและหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ

กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ กิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือเศรษฐกิจสุขภาพ 6 รูปแบบ ได้แก่ กิจกรรมการออกกำลังกาย กิจกรรมความงามและดูแลสุขภาพ กิจกรรมการเรียนรู้ด้านสุขภาพองค์รวม กิจกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ (โภชนาการเพื่อสุขภาพ) กิจกรรมสปาและนวดเพื่อสุขภาพ และกิจกรรมผิวกาย

บริการเสริม (Ancillaries) คือ การบริการเพิ่มเติมด้านต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

ที่พัก (Accommodation) คือ สถานที่ที่มีบริการที่สะดวกสบาย เหมาะสมต่อการมีสุขภาพที่ดี สะอาด ถูกสุขอนามัย มีราคาที่หลากหลาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยวในการเข้าพักแรมระหว่างการเดินทาง อาทิเช่น สปา ห้องพัก ฟิตเนส ห้องอาหาร เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ โครงสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำประปา การสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบขนส่งโลจิสติกส์ ถนนหนทาง เป็นต้น

บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว (Atmosphere) คือ สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีและเอื้อต่อการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ความสะอาด มีสุขอนามัย อากาศดี ปลอดภัย และมีความสวยงาม

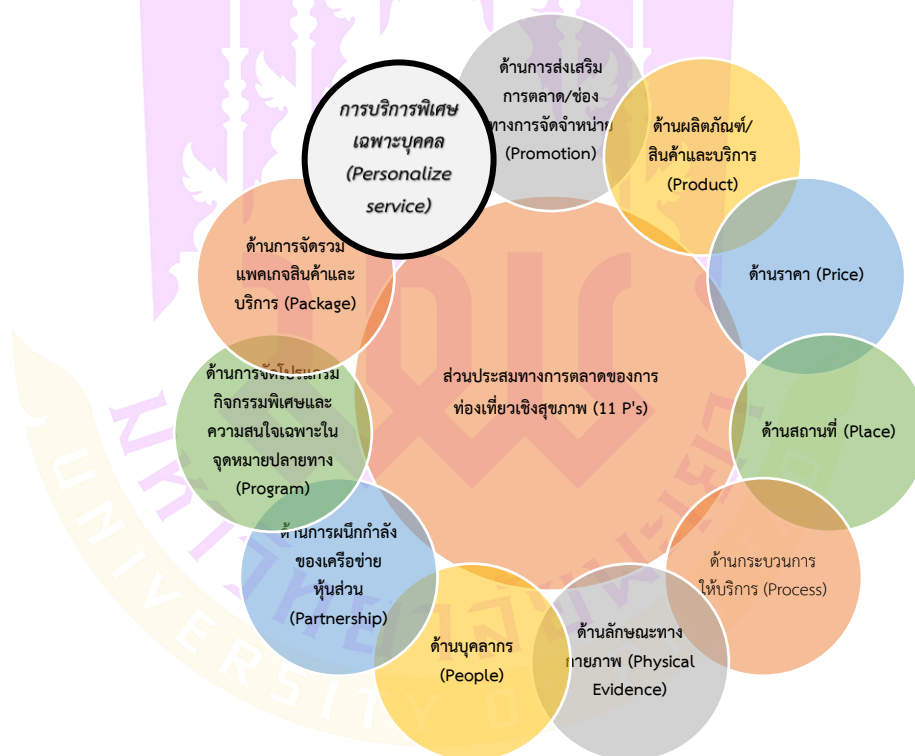
การเข้าถึงบริการ (Availability) คือ การเปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลการค้นหาค้นหาและจองบริการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลาย ง่าย และสะดวกสบายผ่านช่องทางทั้ง online และ offline และมีการจำกัดจำนวนขีดความสามารถตามความจุของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

การต้อนรับ (Amiability) คือ ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่นที่มีความยินดีในการร่วมเป็นเจ้าภาพที่ดีให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจนเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ความร่วมมือของเครือข่ายพันธมิตร (Alliances) คือ ความร่วมมือที่เกิดขึ้นระหว่างองค์กรทุกภาคส่วน ทุกระดับที่มีเป้าหมายและนโยบายเดียวกันในการร่วมพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ผู้ปฏิบัติงาน (Actors) คือ บุคลากรผู้ให้บริการด้านสุขภาพที่มีทักษะการบริการเชิงสุขภาพขั้นสูง มีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์สุขภาพและสุขภาพองค์รวม มีความสามารถระดับมืออาชีพในการให้บริการเฉพาะบุคคล

การบริหารจัดการ (Action) คือ การบริหารจัดการที่ดีของทุกภาคส่วนที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ กลยุทธ์การตลาด มาตรฐานการให้บริการเชิงสุขภาพ ระบบการควบคุมกำกับ ติดตาม การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน การออกกฎหมายและข้อบังคับ การประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น



ภาพ 15 ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (11P's)
(The Marketing mixed of Wellness Tourism (11P's))

งานวิจัยฉบับนี้ ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการประยุกต์ใช้หลักส่วนประสมทางการตลาด (10P's) จากผลการวิจัยผู้วิจัยได้ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด (10P's)

ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นไม่เพียงพอ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ต้องการการบริการพิเศษเฉพาะบุคคล ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเพิ่มเติมส่วนประสมทางการตลาด(11P's) ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การบริการพิเศษเฉพาะบุคคล (Personalize wellness service) ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาด/ช่องทางการจัดจำหน่าย (Promotion) ด้านผลิตภัณฑ์/สินค้าและบริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านบุคลากร (People) ด้านการผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership) ด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Program) ด้านการจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ (Package) และการบริการพิเศษเฉพาะบุคคล (Personalize service) ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ กระบวนการติดต่อสื่อสารทางการตลาดที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในกระบวนการซื้อเพื่อให้ข้อมูล (Inform) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการจูงใจ(Motivate) ของนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริการเชิงสุขภาพนั้นๆ อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารทางการตลาดเพื่อย้าเตือนกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการจดจำในตราสัญลักษณ์ของสินค้าหรือบริการได้

ผลิตภัณฑ์/สินค้าและบริการ (Product) คือ สิ่งของหรือการบริการที่ผู้ขายสร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible product) เช่น อาหารสุขภาพ ครีมบำรุงผิว เป็นต้น และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) เช่น การบริการต่างๆ กิจกรรม ประสิทธิภาพ และความพึงพอใจ เป็นต้น

ราคา (Price) คือ ตัวกำหนดมูลค่ากลางของสินค้าหรือบริการเชิงสุขภาพนั้นๆออกมาเป็นจำนวนเงิน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะพิจารณาความสมเหตุสมผลถึงความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ

สถานที่ (Place) คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายนำเสนอสินค้าและบริการเชิงสุขภาพ โดยคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง บรรยากาศ การเข้าถึง สภาพแวดล้อมโดยรอบ ที่เหมาะสมและเอื้ออำนวยต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กระบวนการให้บริการ (Process) คือ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแบบแผน แนวทางปฏิบัติ ระเบียบ และมาตรการที่แต่ละสถานที่กำหนดขึ้นเพื่อให้ปฏิบัติงานในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้มีมาตรฐานการบริการในรูปแบบเดียวกันซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่มีมาตรฐานเท่าเทียมกันในทุกครั้งที่เข้ารับบริการ

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ สิ่งที่ใช้บริการจะสามารถมองเห็นหรือสังเกตได้เป็นรูปธรรมโดยรอบระหว่างบริการเพื่อสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้ใช้บริการเชิงสุขภาพ ได้แก่ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน การพูดจาไพเราะสุภาพ และให้บริการที่รวดเร็วสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการ เป็นต้น

บุคลากร (People) คือ ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการนั้นๆ เนื่องจากบุคลากรเป็นหน้าตาด่านแรกในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ ความสะอาด ภาษาที่ใช้ ไหวพริบ ความรู้ความสามารถ รูปร่าง หน้าตาอึดอัด การอบรมพนักงาน และทักษะบริการของบุคลากรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สะท้อนถึงแบรนด์สินค้าและบริการเชิงสุขภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

การผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership) คือ ความสัมพันธ์แบบร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายหุ้นส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเชิงสุขภาพทุกรูปแบบโดยสมัครใจระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยผู้เข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนทั้งหมดได้มีการทำข้อตกลงที่จะทำงานร่วมกัน มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบชัดเจน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกันเพื่อร่วมแบ่งปันความเสี่ยงและความรับผิดชอบทรัพยากรและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่ม

การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Program) คือ การพัฒนากิจกรรมพิเศษ (Special Activities) เหตุการณ์ (Events) หรือโปรแกรมพิเศษที่ทำให้ลูกค้าจ่ายเงินเพิ่มมากขึ้นและเพิ่มความน่าสนใจในแพ็คเกจการท่องเที่ยวหรือการบริการเชิงสุขภาพ โดยส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปแบบของเหตุการณ์พิเศษ (Special Events) หรือเทศกาลที่สามารถแสดงถึงสัญลักษณ์การมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ เช่น เทศกาลถือศีลกินผัก งาน Phuket Health Expo 2024 งานตลาดนัดสุขภาพ งานไตรกีฬา เป็นต้น

การจัดรวมแพ็คเกจสินค้าและบริการ (Package) คือ การรวบรวมการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าด้วยกันโดยเสนอราคาเดียวหรือการบริการแบบเหมารวมการเดินทางท่องเที่ยว (Bundling Travel and Tourism Service) ซึ่งจะสร้างความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากยิ่งขึ้นในลักษณะของ one stop service และสามารถจัดการปรับเปลี่ยนแพ็คเกจได้ตามความต้องการและกำลังการผลิตการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การบริการพิเศษเฉพาะบุคคล (Personalize service) คือ เป็นกระบวนการบริการที่ต้องอาศัยความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านศาสตร์สุขภาพขั้นสูงและละเอียดอ่อนในการบริการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรายบุคคล เนื่องจากผู้ใช้บริการแต่ละคนจะมีภูมิหลังด้านสุขภาพและการดำรงชีวิตประจำวันที่แตกต่างกันออกไป เช่น โรคประจำตัว แพ้อาหาร ยาประจำตัว ปริมาณอาหาร ควบคุม วัตถุประสงค์ งบประมาณ การดูแลที่พิเศษ และเป้าหมาย ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ออกไปเพื่อความปลอดภัยในชีวิต จึงมีความจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการพิเศษเฉพาะบุคคลในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่จะนิยมมาเพื่อพักผ่อนเป็นหลักและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพร่วมด้วย ซึ่งบริการเชิงสุขภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุดจะเป็นสปาและนวดไทย ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีระยะเวลาการทำกิจกรรมสั้น ดังนั้น ควรมีการพัฒนาและส่งเสริมแพคเกจและโปรแกรมเชิงสุขภาพระยะยาวขึ้นที่ครอบคลุมดูแลสุขภาพองค์รวมให้นักท่องเที่ยวได้มาใช้บริการที่จังหวัดภูเก็ตและมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จังหวัดภูเก็ตได้ตลอดทั้งปี ซึ่งอาจจะเป็นการคิดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามฤดูกาล เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับฤดูฝน ฤดูร้อน โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับทุกคนในครอบครัว โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ต้องการมาเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาจิตใจที่เหมาะสมกับศาสนา อิสลาม พุทธ และคริสต์ แพคเกจดูแลสุขภาพและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับคู่รัก เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตและประเทศมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต เนื่องจากมีปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการเชิงสุขภาพเพิ่มมากขึ้น (Demand) ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy) มีโอกาสขยายตัวมากขึ้นเช่นกัน จึงถือได้ว่าเป็นโอกาสที่จะพลิกโฉมจังหวัดภูเก็ตให้เป็น World Class Wellness Hub ได้ โดยผลจากการวิเคราะห์สามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการประกอบการวางแผนยุทธศาสตร์และแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต อันได้แก่ ธุรกิจความงามและการชะลอวัย ธุรกิจการออกกำลังกาย ธุรกิจโภชนาการเพื่อสุขภาพ ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และธุรกิจด้านเวชศาสตร์ป้องกัน ซึ่งปัจจุบันได้มีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เชิงสุขภาพ ธุรกิจที่พักเชิงสุขภาพ ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเริ่มมีการศึกษาบริบทเหล่านี้เชิงลึกมากขึ้นเพื่อกำหนดกฎหมาย ข้อระเบียบ และมาตรฐานเพื่อให้มีความเป็นกลางและสมดุลทั้งฝ่ายอุปสงค์และอุปทานอย่างยั่งยืน

3. หน่วยงานที่รับผิดชอบควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เปิดการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มตลาดหลักและตลาดรองให้ได้รู้ถึงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเข้าถึงสินค้าและบริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตได้ง่ายขึ้น ผ่านการจัดงานอีเว้นท์ ประชุมวิชาการ นิทรรศการ งานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสนับสนุนการทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าสุขภาพ พัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พัฒนาและส่งเสริม

กิจกรรมสร้างสรรค์เชิงสุขภาพ เป็นต้นพร้อมกับสนับสนุนให้มีการเผยแพร่ในระดับชาติและนานาชาติอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างนวัตกรรมเชิงสุขภาพใหม่ๆ และก่อให้เกิดความยั่งยืน

4. หน่วยงานที่รับผิดชอบควรผลักดันส่งเสริมภาพลักษณ์สปาสีขาวหรือธุรกิจสุขภาพสีขาว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือให้กับสถานประกอบการและผู้ให้บริการในธุรกิจสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พร้อมกับกำกับ ติดตาม ควบคุมคุณภาพ ราคา การให้บริการอย่างใกล้ชิด

5. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งในด้านบุคลากร ราคา คุณภาพ แสดงให้เห็นว่า จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมอย่างมากที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก ดังนั้น หน่วยงานด้านการศึกษาที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและธุรกิจสุขภาพร่วมกันผ่านระบบเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งและความเชื่อมั่นให้กับหลักสูตรและผู้เรียน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาสมองไหล อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกในอนาคต

6. จังหวัดภูเก็ตควรมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มาจากหลากหลายเชื้อชาติและศาสนาพร้อมด้วยร่วมด้วย เช่น นักท่องเที่ยวอาหรับ นักท่องเที่ยวรัสเซีย และอื่นๆ ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดรองที่กำลังเติบโตในจังหวัดภูเก็ต โดยการศึกษาพัฒนาทักษะการให้บริการแบบพหุวัฒนธรรมและทักษะภาษา

7. ควรมีการศึกษาความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายนอกและภายใน สร้างแผนที่มีความยืดหยุ่น และจัดทำแผนความเสี่ยงเพื่อรองรับและมีความพร้อมอยู่เสมอต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของเศรษฐกิจโลก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตอย่างจริงจังเพื่อวางแผนในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพมากขึ้นและลดปัญหานักท่องเที่ยวล้น หรือ over tourism ที่อาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในอนาคต

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะกำลังคนในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อหาแนวทางพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรด้านสุขภาพให้มีคุณภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบันได้

3. งานวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในการนำศักยภาพ “City of gastronomy” เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูเก็ต โดยการพัฒนาโปรแกรมอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพที่นำเสนอวัตถุดิบท้องถิ่นพืช ผัก ผลไม้ สมุนไพร มาประกอบอาหารเพื่อสุขภาพก็สามารถสร้างความเชื่อมโยงกับเมนูอาหารถิ่นและโปรแกรม

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่างๆ เนื่องจาก Healthy Eating เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เริ่มได้รับความนิยมและมีมูลค่าสูงรองจาก Physical Activities อาทิเช่น การพัฒนาออกแบบรายการอาหารเพื่อสุขภาพและนำไปเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต การออกแบบคอร์สทำอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพจากสมุนไพรไทยและวัตถุดิบท้องถิ่น การคำนวณแคลอรีเมนูอาหารถิ่นภูเก็ต การศึกษาสรรพคุณการกินอาหารเป็นยา เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มทางเลือกของกิจกรรมเชิงสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และประชาสัมพันธ์ โดยการศึกษานี้จะช่วยยกระดับการเป็น “City of gastronomy” ของจังหวัดภูเก็ตให้พัฒนาไปอีกระดับหนึ่ง

4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทย

เพื่อใช้เป็นมาตรฐานกลางและตัวชี้วัดกำหนดมาตรฐานคุณภาพที่ชัดเจน อาทิเช่น มาตรฐานการบริการที่ใช้เป็นบรรทัดฐานในธุรกิจเชิงสุขภาพ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทต่างๆ เป็นต้น และแนวทางการผลักดันมาตรฐานไทยสู่การรับรู้ในระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ ปลอดภัยในการให้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *บทความ NEO Tourism ท่องเที่ยวมิติใหม่ insight นักท่องเที่ยวยุค Next Normal*. เผยแพร่เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2564. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2566, อ้างอิงจาก <https://tatacademy.com/th/articles/article/e88576e6-df87-4256-ac57-141ddb36f01c>.
- กรมการท่องเที่ยว. (2556). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว มกราคม-มีนาคม ปี 2556*. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย การจัดการบริการในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ , มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย THAILAND TOURISM STANDARD มทท. 313 : 2557* สืบค้นเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2566, หน้า 1-14, อ้างอิงจาก <http://slbkb.psu.ac.th/jspui/bitstream/2558/2599/1/TTS313-2014.pdf>.
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2559). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569)*, เผยแพร่เมื่อ กันยายน 2559 , สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2566 อ้างอิงจาก <https://hss.moph.go.th/fileupload/2560-102.pdf>.
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2566). *เกณฑ์มาตรฐานเมืองสุขภาพดี ปี 2566* เผยแพร่เมื่อ 30 มกราคม 2566 สืบค้นเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2566 อ้างอิงจาก https://hia.anamai.moph.go.th/th/healthycity-criterion/download?id=102936&mid=38070&mkey=m_document&lang=th&did=31557.
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2566). *เกณฑ์มาตรฐานเมืองสุขภาพดี ปี 2566* เผยแพร่เมื่อ 30 มกราคม 2566 สืบค้นเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2566 อ้างอิงจาก https://hia.anamai.moph.go.th/th/healthycity-criterion/download?id=102936&mid=38070&mkey=m_document&lang=th&did=31557.
- กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ. (2564). *สู่เส้นทางสุขภาพสายประเทศไทย The Journey To Thailand Health Tourism EP.1* สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2566 อ้างอิงจาก http://mrd-hss.moph.go.th/mrd1_hss/wp-content/uploads/2021/09/The-Journey-To-Thailand-Health-Tourism-EP.1.pdf.
- กนกกาญจน์ กล่อมเกลตา, กนกพร ภาติฉายม และกาญจนาวดี ลำลีเทศ. (2562). *แนวโน้ม*

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, คณะบริหารธุรกิจและ
เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, สืบค้นเมื่อวันที่ 9
มิถุนายน 2566, อ้างอิงจาก [https://research.rmutsb.ac.th/fullpaper/
2561/research.rmutsb-2561-2019120211233378.pdf](https://research.rmutsb.ac.th/fullpaper/2561/research.rmutsb-2561-2019120211233378.pdf).

กันต์ เอี่ยมอินทรา. (2564). *เคล็ด(ไม่)ลับ กลยุทธ์การตลาด (จบ) กรุงเทพมหานคร (ออนไลน์)*
เผยแพร่เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2564 สืบค้นเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2566 อ้างอิงจาก
https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/127225_

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด*
ปี 2565 เผยแพร่เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2566 สืบค้นเมื่อวันที่ 11 เมษายน 2566, อ้างอิง
จาก <https://www.mots.go.th/news/category/657>.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2562 (Tourism*
Statistics 2019), วันที่ 22 มกราคม 2563, จาก
https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนพฤศจิกายน*
พ.ศ. 2563, วันที่ 25 ธันวาคม 2563, จาก
https://www.mots.go.th/download/article/article_20201229114033.pdf.

กัลยกร วรกุลสัญฐานิย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง*
การแพทย์ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางนานาชาติการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพ. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 15(2), .

กิดานันท์ มลิทอง. (2541). *เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ : ภาควิชา โสวัตตศน
ศึกษา คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *ส่องพฤติกรรมเชิงลึกของเทรนด์การท่องเที่ยวแบบ*
หรรษาหลังโควิด-19 , เผยแพร่เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564, สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม
2565 , อ้างอิงจาก [https://tatacademy.com/th/publish/article/ea7e5e83-a61a-470e-
a05f-c323c4ae87b9](https://tatacademy.com/th/publish/article/ea7e5e83-a61a-470e-a05f-c323c4ae87b9).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *E-book: 9 แนวโน้มใหม่ในอนาคตการท่องเที่ยว*,
เผยแพร่เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2564, สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2565, อ้างอิงจาก
https://api.tourismthailand.org/upload/live/content_article_file/20603-15378.pdf.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *บทความ NEO Tourism ท่องเที่ยวมิติใหม่ insight*

นักท่องเที่ยวยุค Next Normal., เผยแพร่เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2564 , สืบค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2566, อ้างอิงจาก <https://tatacademy.com/th/articles/article/e88576e6-df87-4256-ac57-141ddb36f01c>.

กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (OSM Andaman). (2564).

แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (พ.ศ.2562 – 2565), ฉบับทบทวน
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564(ส่วนที่ 2).

คมลิตี เกียนวัฒนา สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์. (2561). สถานการณ์ ความ
ต้องการ และแนวโน้มของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยในประเทศไทย.

วารสารวิชาการ สถาบันการพลศึกษา, 10(1) มกราคม – เมษายน 2561 หน้า 167 – 177.

คมลิตี เกียนวัฒนา สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์. (2561). สถานการณ์และ
แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกและประเทศไทย. *Journal of Cultural Approach*,
19(35), สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565, อ้างอิงจาก

https://so02.tcithaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/123953/94030.

คณาธิป ไกยชน. (2565). นวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยววิถีใหม่, ร้อยเรื่องเมืองไทย : สำนักงาน
เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. สำนักวิชาการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
รัฐสภา, เผยแพร่เมื่อ กุมภาพันธ์ 2565, อ้างอิงจาก

<https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2565-feb6>.

จุไรรัตน์ นิมพาสี. (2563). คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อน
ธรรมชาติ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 6(3), 1-14.

จุฬารัตนากร. (2554). *ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)*, เผยแพร่เมื่อวันที่ 21 เมษายน
2554 สืบค้นเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2566, อ้างอิงจาก

<http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?>

title=%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%9C%E0%B
8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B
8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94#.E0.B
8.A2.E0.B8.B8.E0.B8.84.E0.B8.AA.E0.B8.B7.E0.B9.88.E0.B8.AD.E0.B8.94.E0.B8.B4
.E0.B8.88.E0.B8.B4.E0.B8.95.E0.B8.AD.E0.B8.A5_.28Digital_Age.29.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. งานวิชาการคณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4).

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 6).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชวัลนุช อุทยาน. (2552). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*, สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2565, อ้างอิงจาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>.

ชนิตา เดชวิทยานุกัณฑ์. (2555). การบริหารจัดการบริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 8(2) กรกฎาคม – ธันวาคม 2555 หน้า 100 – 121.

ชนิตา ทวีศรี. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism)*, สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2566 อ้างอิงจาก <https://www.l3nr.org/posts/166878>.

ชัยนันต์ ไชยเสน. (2562). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนวัตกรรมการพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับโรงแรม ในจังหวัดภูเก็ต. *Humanities, Social Sciences, and Arts*, 12(5), Number 5 September – October 2019, หน้า 262 – 282.

ชยาภรณ์ ชีรเวชพลกุล และ ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย. (2561). กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 12(27), 85 – 100.

ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์. (2559). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ *โครงการ การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย (Destination Brand Building in Thailand)*, โครงการวิจัยประเภทงบประมาณเงินรายได้จากเงินอุดหนุนรัฐบาล (งบประมาณแผ่นดิน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 มหาวิทยาลัยบูรพา เผยแพร่เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2559, หน้า 17 – 20.

ดลเดช ตั้งตระการพงศ์, ไพศาล มุณีสว่าง, เสรี วงษ์มณฑา, ชวลีย์ ณ ถลาง และศรีสุตา จงสิทธิผล. (2561). การพัฒนานวัตกรรมการบริหารจัดการทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคตะวันออกตามแนวทางประเทศไทย 4.0, รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ *โครงการการพัฒนานวัตกรรมการบริหารจัดการทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคตะวันออกตามแนวทางประเทศไทย 4.0*, มหาวิทยาลัยนเรศวร, สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2566 อ้างอิงจาก <http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/4961>.

ธรรณชนก เพชรานนท์. (2559). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย. *สุทธิปริทัศน์*, 30(94), 42 – 59.

ธานีรินทร์ ศิลป์ จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 11).

กรุงเทพฯ : บิสนิเนสอาร์แอนด์ดี.

ณาริญา วีระกิจ, ชัยนันต์ ไชยเสน, พุทธพร อักษรไพโรจน์ และศศิธร สนเปี่ยม. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตเพื่อยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางนานาชาติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 15(2), 35-57.

ฤดี เสริมชยุต. (2563). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 2(4), 51 -61.

ณัฐพล ลีลาวัฒนาพันธ์. (2559). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) รายงานภาวะเศรษฐกิจ ท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 เดือนมกราคม – มีนาคม 2559*. เข้าถึงเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7622.

สิริชญา มณีเนตร. (2552). *ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

นฤมล รัตนไพจิตร, ราตรี เขียวรอด และตรีวันท์ เนื่องอุทัย. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, เผยแพร่เมื่อกันยายน 2562, สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2566 , อ้างอิงจาก* <https://riss.rmuts.ac.th/upload/doc/201910/ALcFkjVeUwcevKAZ185i/ALcFkjVeUwcevKAZ185i.pdf>.

นิจกานต์ หนูอุไร, และเกิตติรี เจริญวิศาล. (2557). การตลาดอย่างยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยว. *วารสารนักบริหาร*, 34(2), 3-16.

บัญชา คำของ. (2565). *อบจ.ภูเก็ตพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสร้างระบบรองรับเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก*. เผยแพร่เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2565, สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2565, อ้างอิงจาก <https://www.hfocus.org/content/2022/06/25371>

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุกรินทร์ เขียวโพธิ์ และไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2564). *โอกาสและข้อจำกัดของการพัฒนาศูนย์การแพทย์ครบวงจร(Medical Hub) การศึกษา เขตส่งเสริมศูนย์นวัตกรรมทางการแพทย์ครบวงจร ธรรมศาสตร์ พัทยา และโครงการยกระดับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต สู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก , สารศาสตร์ ฉบับที่ 1/2565. เผยแพร่เมื่อวันที่ 22*

- เมษายน 2565 สืบค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2565, หน้า 140 –152.
- ปัทมพร อิมวิทยา และ ศรัญญา กันตะบุตร. (2564). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอร์
 ช้นวายต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 7(3), 296 –303.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2564). ธุรกิจสปาสูญ 5 พันล้าน ภูเก็ต-พัทยา ชบนักปิดกิจการ 80 %.
 เผยแพร่เมื่อวันที่ 26 มกราคม 2564, สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2566 , อ้างอิงจาก
<https://www.prachachat.net/local-economy/news-599329>.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565). *Global Wellness Institute (GWI) ชู Wellness ไทย ปักหมุดบน “ภูมิศาสตร์
 เวลเนส” เป็นประเทศที่ 3, 14 กันยายน 2565* , สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2566 อ้างอิงจาก
<https://globalwellnessinstitute.org/geography-of-wellness/wellness-in-thailand/>.
- ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์. (2545). *ประวัติศาสตร์อารยธรรมภาคใต้ แหล่งประวัติศาสตร์และ
 โบราณคดีที่สำคัญในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ, ลิขิริยาสาน.
- ประสิทธิ์ ชินการณ และคณะ. (2529). *ประวัติมหาดไทยส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต*. ภูเก็ต , โรง
 พิมพ์สมบัติการพิมพ์.
- ปิยะวิทย์ ทิพรส, ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ และกุลทิพา โชเงิน. (2563). บทความวิชาการ : ลักษณะ
 การดำเนินธุรกิจของเดย์สปาและโฮเทลแอนด์รีสอร์ทสปาไทยและต่างประเทศ : การ
 ทบทวนวรรณกรรม. *Southeast Bangkok Journal*, 7(1), 87 – 99.
- พยอม ธรรมบุตร. (2558). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาการสัมมนา 2. พะเยา :*
 มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พิชญาพร ศรีบุญเรือง และฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2564). การพัฒนาคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวเพื่อ
 รองรับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 14(1), 1–13.
- พุทธพร อักษรไพโรจน์. (2563). แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการ
 ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราช
 ภัฏเชียงราย*, 15(1) (มกราคม – มิถุนายน 2563), สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565, อ้างอิง
 จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmscru/article/view/130325/164722>.
- พิชญาภรณ์ ภูมิอินันท์ และ ณารีญา วีระกิจ. (2561). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
 เชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และ
 องค์การ*, 10(2), 89 – 109.
- ภูริตา บุญล้อม. (2565). *ส่องเทรนด์ Wellness Tourism การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ควรรู้ไว้ให้
 ได้สุขภาพดี*. เผยแพร่เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2565 , สืบค้นเมื่อวันที่ 4 เมษายน

- 2566 อ้างอิงจาก <https://thestandard.co/wellness-tourism/>
- ภัทรภานุ ไชยเชียงของ และ นภวรรณ ตันติเวชกุล. (2557). กลยุทธ์การสร้างและการสื่อสารตราสินค้ารูปแบบการดำเนินชีวิต. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 7(1), 71 – 90.
- มนไท เหมบุญ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชาวไทยผู้ที่สนใจท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่. *สารศาสตร์*, 3, 664-677.
- นิถมน คำเอี่ยม. (2553). *แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2545). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, หน้า 28.
- รัชพร จันท์สว่าง. (2546). *ความหมายของนักท่องเที่ยว*. ภาควิชารัฐศาสตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รวิวรรณ ไพรรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542*. กรุงเทพฯ : นานมีบุคคพันธ์ จำกัด.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2558). *แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต: กรุงเทพฯ.
- วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. (2560). “นวัตกรรมการท่องเที่ยว”. (ออนไลน์). อ้างอิงจาก : http://www.etatjournal.com/upload/221/9_TravelInnovation.pdf, 2560.
- วิศรา จันทริมา. (2562). *การศึกษาความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชน*. สารนิพนธ์นี้ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ,เผยแพร่เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2562, สืบค้นเมื่อวันที่ 11 เมษายน 2566,อ้างอิงจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3081/1/TP%20MS.028%202562pdf>.
- วิรัช ตันติสุทธิเวท. (2550). *ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นกรณีศึกษา ชุมชนตำบลเชิงทะเล*. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วาริพร ชูศรี, และวรลักษณ์ สลิตศิริมิล. (2020). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 205 – 226.
- วรัชต์ มัธยมบุรุษ. (ม.ป.ป.). *รูปแบบการท่องเที่ยว*. อ้างอิงจาก

<https://tourismatbuu.wordpress.com>

- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2532). *หลักการพัฒนาชุมชน การพัฒนาชุมชนประยุกต์*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร.
- ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และ เสรี วงษ์มณฑา. (2564). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(1), 244 – 256.
- ศิวพร มีนาภา. (2562). ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, หน้า 6 –19.
- ศรัญญา กันตะบุตร, และนิตยา เจริญประเสริฐ (2562) ความหมายและรูปแบบการให้บริการของ Wellness Tourism ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 14(2), 25 – 43.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). รายงานการศึกษาขั้นสุดท้ายการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติ การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). รายงานขั้นสุดท้าย การดำเนินการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). *ความหมายการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 14 เมษายน 2566 อ้างอิงจาก www.tourism.go.th.
- สถาบันทรัพยากรเส้นทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. เผยแพร่เมื่อ ธันวาคม 2560 , สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2566 , อ้างอิงจาก https://www.ipthailand.go.th/images/3534/web_01052018/Report_CHU/8_Well-being_06.12.2017_CHU.pdf.
- สิริกร เลิศลัดชนาธาร, ไพบุลย์ อ่อนมั่ง และไวยเรศ ลิบลับ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 7(1), 1–10. <https://so01.tci->

thaijo.org/index.php/AJPU/article/view/69117

- สุภาววรรณ สุวรรณสิงห์. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism). การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, เผยแพร่เมื่อ พฤศจิกายน 2561, หน้า 90.
- สารภี ชนะทัฬห, เนตรนภา รักษายศ, และนงลักษณ์ ผุดผือก. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา น้ำพุร้อนท่าสะทอน ตำบลท่าสะทอน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 8(1), 61 – 76.
- สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : อินทนิล.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). *ครบเครื่องเรื่องสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ, ธรรมสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2565). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการวางแผนและการพัฒนาการท่องเที่ยวขั้นสูง*. พระยา : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. (2565). *แผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต (ปี พ.ศ.2566 – 2570), กลุ่มงานยุทธศาสตร์และพัฒนาข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2565 , อ้างอิงจาก <https://www.phuket.go.th/webpk/contents.php?str=plan>.
- สำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต. (2565). *แผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2561 – 2565*. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2566, หน้า 24 –25, อ้างอิงจาก <https://ita.phuket.go.th/assets/upload/O4.pdf>.
- สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. (2565). *แผนจังหวัดภูเก็ต ปี 2566 – 2570 โดยกลุ่มงานยุทธศาสตร์และพัฒนาข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด*. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2565 อ้างอิงจาก <https://www.phuket.go.th/webpk/contents.php?str=plan>.
- โสภาค พาณิชพาพิบูล, และยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2558). *ตัวชี้วัดคุณค่าตราสินค้าในอุตสาหกรรมการบริการต้อนรับ: ธุรกิจโรงแรม*. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 8(2), 55 – 71.
- อรุณี มูลละ. (2555). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน*

- กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ (วท.ม.) วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. อ้างอิงจาก https://www.car.chula.ac.th/display7.php?bib=b1973170_
- เอกชัย ชานินา และศรุตฯ สมพงษ์. (2562). การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 6(5), สืบค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2565, อ้างอิงจาก <https://so03.tcithaijo.org/index.php/JMND/article/view/192258/143410>, หน้า 2652 – 2670.
- อัญญา สมบัติพิบูลย์. (2563). *การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- Arnold, L. (2002). *Business Cycle Theory*. Oxford University Press, Oxford, retrieved 17 April 2023 , from <http://dx.doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199256815.001.0001>.
- Aday and Andersen. (1978). *The framework is based on Andersen's model of access To health services*. Andersen and Davidson.
- Ann Suwaree Ashton. (2018). Spiritual retreat tourism development in the Asia Pacific region: investigating the impact of tourist satisfaction and intention to revisit: a Chiang Mai, Thailand case study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(11), 1098–1114, DOI: 10.1080/10941665.2018.1526198
- Baloglu, S., & Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: a canonical correlation approach. *International Journal of contemporary Hospitality Management*, 3(8), 32–38.
- Bowie, D., & Buttle, F. (2011). *Hospitality marketing principles and practice* (2nd ed.). London: Taylor & Francis Group.
- Brian Wong Kee Mun & Ghazali Musa. (2011). *Motivations of International Retirement Migration and Retirement Destination Choice – A Qualitative Study of Malaysia My Second Home*, Conference: II ISCE Tourism Conference 2012At: Odivelas, Portugal, Retrieved November 2011, from https://www.researchgate.net/publication/259486353_Motivations_of_International_Retirement_Migration_and_Retirement_Destination_Choice__A_Qualitative_Study_of_Malaysia_My_Second_Home/link/56dab6ca08aee1aa5f853996/download

ad.

Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination Branding: Insights and practice from destination management organizations. *Journal of Travel Research*, pp. 328–338.

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24, pp. 5–12.

Buettner, D. (2010). *The Blue Zones: Lessons for Living Longer From the People Who've Lived the Longest*. Washington, D.C.: National Geographic.

C9 Hotelworks. (2016). *C9 Hotelworks : Phuket Medical Tourism Market*, Retrieved 7 March 2018 from <https://www.c9hotelworks.com>.

Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), pp.179 – 201.

Crompton, J.L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), pp. 408–424.

Domjan, M. (1996). *The Principles of Learning and Behavior*. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.

Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research* 4(4), 184–194.

Daohao YanShaohua WuShenglu ZhouFufu LiYuanmin WangSun et al. (2020). *Healthy city development for Chinese cities under dramatic imbalance: evidence from 258 cities*. Available online 10 July 2021, from <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/>

Dickman, C.R. (1996). *Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna*. Australian Nature Conservation Agency. Canberra.

Global Wellness Institute. (2015). *The global Wellness Tourism Economy*. Retrieved 17 April 2023, from <http://www.globalwellnessinstitute.org/industry-research/>.

Global Wellness Institute. (2013). *The Global Wellness Tourism Economy 2013 & 2014*. Retrieved 17 April 2023, from https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/06/GWI_2013_and_2014_Global_Wellness_Tourism_Economy_Report_Final.pdf.

Global Wellness Institute. (2022). *The Global Wellness Economy: Country Rankings*. Retrieved February 2022 from <https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2022/>

02/GWI2022_ GlobalWellnessEconomy_CountryRankings_Final.pdf.

- Hansruedi Mueller and Eveline Lanz Kaufmann. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), Retrieved January 2001 from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/135676670100700101?journalCode=jvma>.
- Heung, V. C. S., Kucukusta, D., & Song, H. (2010). A conceptual model of medical tourism: Implications for future research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27, pp.236–251.
- Jang, S. S., & Wu, C.M. (2006). Seniors travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27(2), 306–316.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control*. (9th ed.). New Jersey: A simon & Schuster Company.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education
- Keller, K. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring and managing brand equity*. UpperSaddleRiver, NJ:PearsonPrentice Hall.
- Knapp, D. E. (2000). *The brandmindset*. New York: Mc-Graw Hill.
- Kvasova, O. (2015). *The Big Five personality traits as antecedents of eco-friendly tourist behavior*, Volume 83, pp. 111–116, Retrieved September 2015 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886915002561?via%3Dihub>.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Towards a Social Psychology Theory of Tourism Motivation. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256–262.
- Loudon, D., & Bitta, A. (1988). *Consumer Behavior: Concepts and Applications* (3rd. ed.) New York: McGraw Hill.
- Lovell, R.B. (1980). *Adult Learning*. New York : John Wiley & Sons.
- Lujun Su, Scott R. Swanson, & Xiaohong Chen. (2016). The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: The mediating role of relationship quality., Contents lists available at Science Direct

- Tourism Management. *Journal homepage : Tourism Management*, 52, 82e95.
- Moscardo, G. M., & P. L. Pearce. (1986). Historical Theme Parks: An Australian Experience in Authenticity. *Annals of Tourism Research*, 13(3), 467–479.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York : Harper and Row.
- Middleton, V.T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Butterworth–Heinemann, Oxford.
- Misiura, S. (2006). *Heritage marketing*. Oxford, UK: Butterworth–Heinemann.
- Morrison, A. (1996). *Hospitality and travel marketing* (2nd ed.). Albany, NY: Delmar Publishers.
- Mueller, 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, 5–17.
- Nahrstedt, W. (2004). "Wellness: A new perspective for leisure centers, health tourism, and spas in Europe on the global health market", in Weiermar, K., and Mathies, C., (eds) *The tourism and leisure industry: sheaping the future*. The Haiworth Press, New York, pp. 181–198.
- Nan Chen. (2022). *Travel Motivation of Wellness Tourism, A Project Presented to the Faculty of California State Polytechnic University, Pomona, Department of Hospitality Management* Retrived June 7, 2023 from <https://scholarworks.calstate.edu/downloads/vh53x283n>
- Philip L. Pearce & Marie L. Caltabiano. (1983). Inferring Travel Motivation from Travelers' Experiences. *Journal of travel Research*, 22(2), Retrieved October 1983 from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728758302200203?journalCode=jtrb>.
- PPTV Online. (2565). *ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ไทยปี66 คาดฟื้นเร็ว ได้แรงหนุนต่างชาติ-เทรนด์สุขภาพ, เผยแพร่เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2565 , สืบค้นเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2566 อ้างอิงจาก*
<https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B8%AB%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B8%99-%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A5%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99/187361>.
- Pearce, P. L. (1991). Analyzing Tourist Attractions. *Journal of Tourism Studies*, 2(1), 46–52.

- Pearce, P. L. (1993). *Fundamentals of Tourist Motivation*. In *Tourism Research: Critiques and Challenges*, D. Pearce, R. Butler, eds., 113–134. London: Routledge.
- Pearce, P. L., & Caltabiano, M. L. (1983). Inferring Travel Motivation from Travelers' Experiences. *Journal of Travel Research*, 22(2), 16–20.
- Pomeroy, A., Noble, G., & Johnson L. W. (2011). Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(8), 953–969.
- Revita Saisud, & Seri Wongmontha. (2018). Destination Branding Strategy towards Competitive Positioning in Destination Marketing. *ASEAN Journal of Management & Innovation*, 5(1), 243 – 254.
- Rodrigues et al. (2010). Hiking as a wellness activity – an exploratory study of hiking tourists in Portugal. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 331–343 Retrieved November 2010 from https://www.researchgate.net/publication/237534180_Hiking_as_a_wellness_activity_-_an_exploratory_study_of_hiking_tourists_in_Portugal.
- Shelly, Maynard W. (1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania : Dowden Hutchison. pp. 252–268.
- Smith, M. & Kelly, C. (2006). Wellness Tourism. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 1–4.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer behaviour in tourism*. Burlington, MA: Butterworth–Heinemann.
- Ting Gan, Jiansong Zheng, Wei Li, Jiaxin Li, & Junxian Shen. (2023). Health and Wellness Tourists' Motivation and Behavior Intention: The Role of Perceived Value. *Int J Environ Res Public Health*, 20(5): 4339, Retrieved 2023 Feb 28 from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10001975/>.
- TAT Review. (2566). สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศปี 2565, เผยแพร่เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2566, สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2566, อ้างอิงจาก <https://tatreviewmagazine.com/article/situation2022-inter/>.
- Tirca, A. M., Stanculescu, G. C., & Chis, A. (2009). *Heritage tourism–A marketing focused approach*. In *Marketing–from information to decision* (2nd ed.) (pp. 487–502). Cluj–Napoca, Romania.
- Uysal, M., & Hagan, L.A.R. (1993). *Motivation of pleasure travel and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.

- Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844–846.
- UNWTO. (2022). *Policy and Destination Management 12th Virtual Meeting*. Retrieved 12 September 2022 from <https://www.unwto.org/policy-destination-management>.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2017). *UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition*. Retrieved October 15, 2018, from <https://www.e-unwto.org>.
- Walters, C. G. (1978). *Consumer behavior: Theory and practice*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- Warangkana Thawornwiriyaatrakula, & Supawat Meeprom (2020). Antecedents of Tourist Loyalty in Health and Wellness Tourism: The Impact of Travel Motives, Perceived Service Quality, and Satisfaction. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(10), 300 – 315.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2017). *UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition*. Retrieved October 15, 2018, from <https://www.e-unwto.org>.
- Zygmunt, J. (2013). “Does Liquidity Impact on Profitability?” In Proceedings of the Conference of Informatics and Management Sciences, pp. 247–251.
- World Health Organization (WHO). (2018). *Healthy Cities Vision*, Retrieved 2018, 5 April from <https://www.who.int/europe/news-room/fact-sheets/item/healthy-cities-vision>.



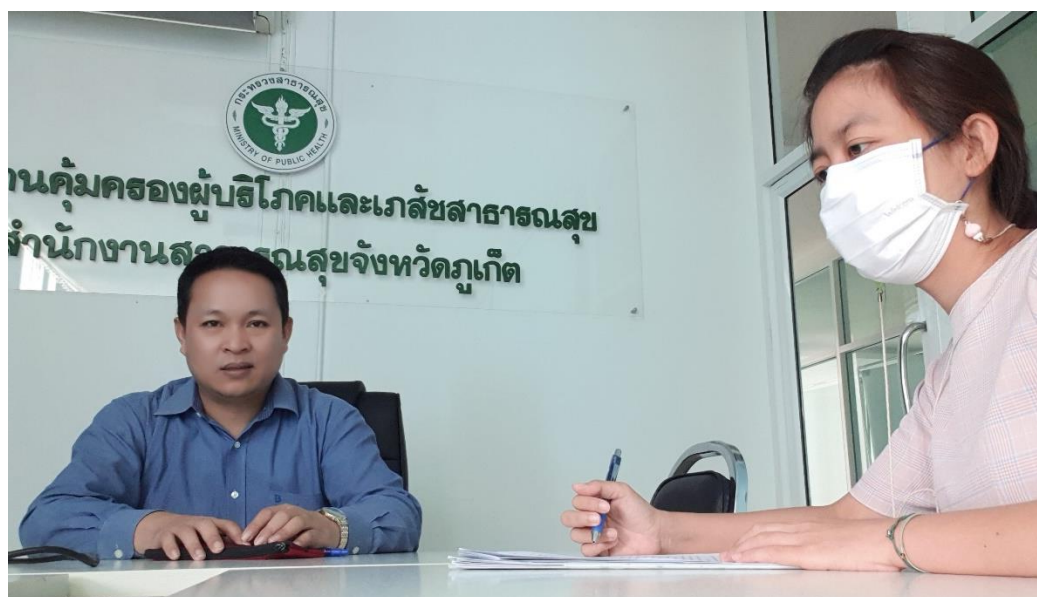
ภาคผนวก ก (ภาพถ่ายผู้ที่ให้สัมภาษณ์)



ภาพ 16 นักวิเคราะห์แผนและนโยบาย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดภูเก็ต



ภาพ 17 ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดภูเก็ต



ภาพ 18 ตัวแทนจากสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดภูเก็ต



ภาพ 19 ผู้อำนวยการกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด
สำนักงานจังหวัดภูเก็ต



ภาพ 20 สำนักงานจังหวัดภูเก็ต เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด



ภาพ 21 ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต



ภาพ 22 คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดภูเก็ต



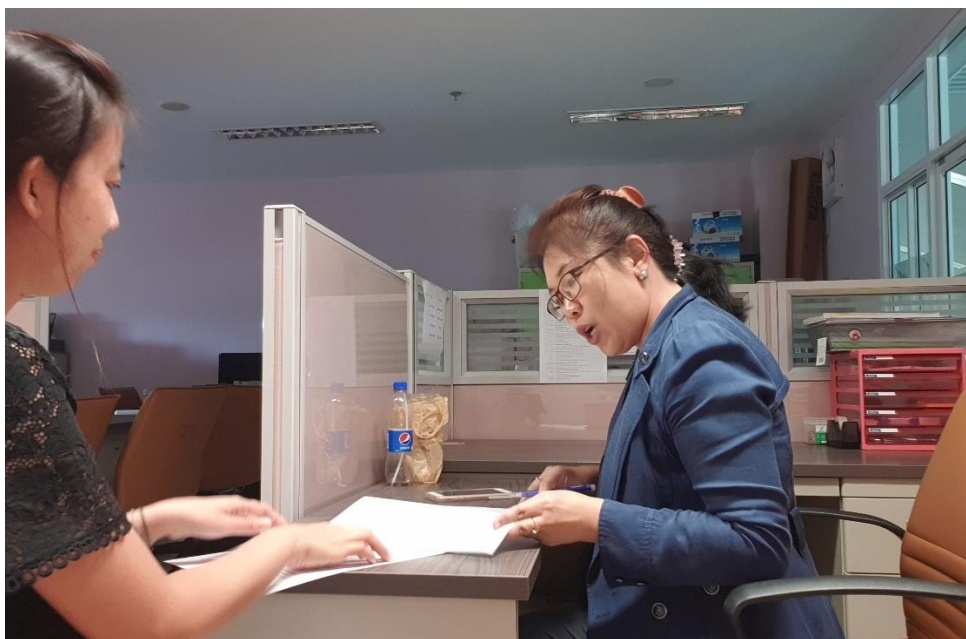
ภาพ 23 ประธานสมาคมสปาเพื่อสุขภาพ จังหวัดภูเก็ต



ภาพ 24 โรงแรม Homa ภูเก็ต ตัวแทนจากสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้



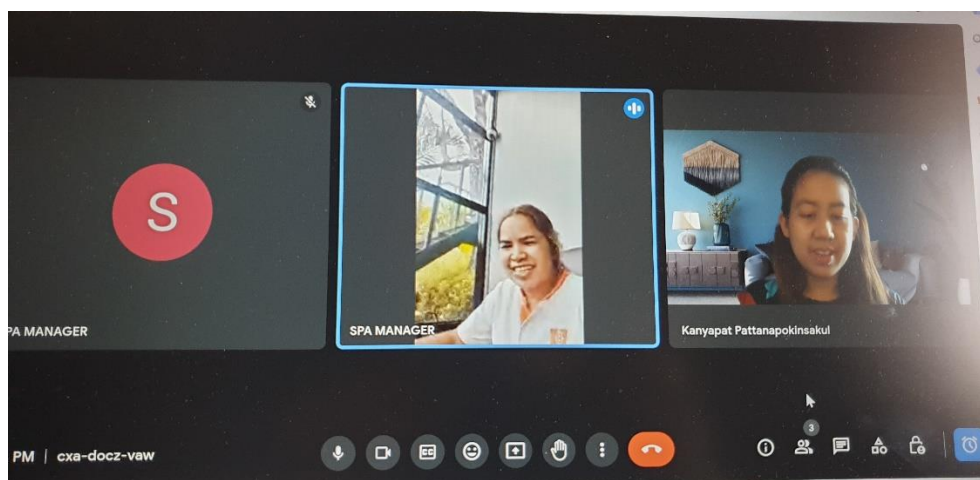
ภาพ 25 กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจทีเอส (ภูเก็ต) จำกัด



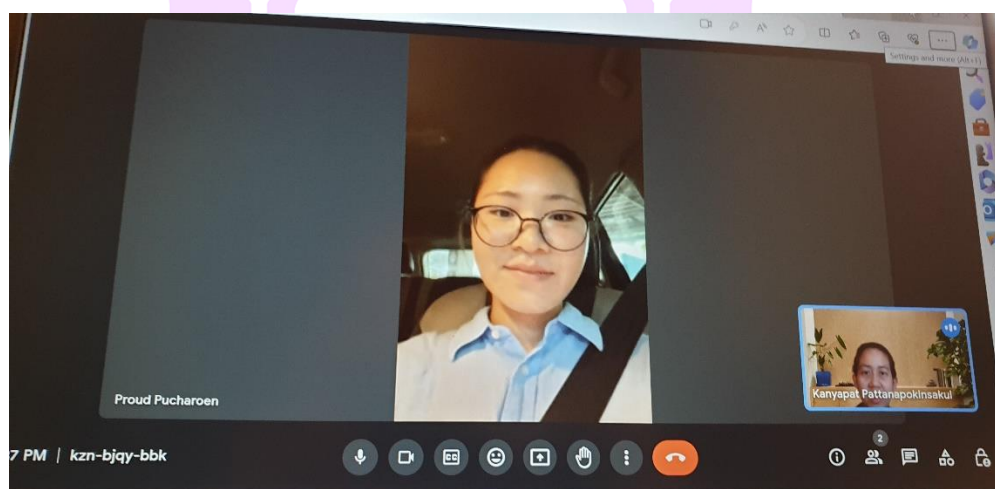
ภาพ 26 อาจารย์วิชาเอกการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต



ภาพ 27 อาจารย์สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต



ภาพ 28 ผู้ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จาก Patong bay Residence, Phuket



ภาพ 29 ผู้ปฏิบัติการและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



ภาพ 30 ผู้ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากภูมณฑรสปา ภูเก็ต



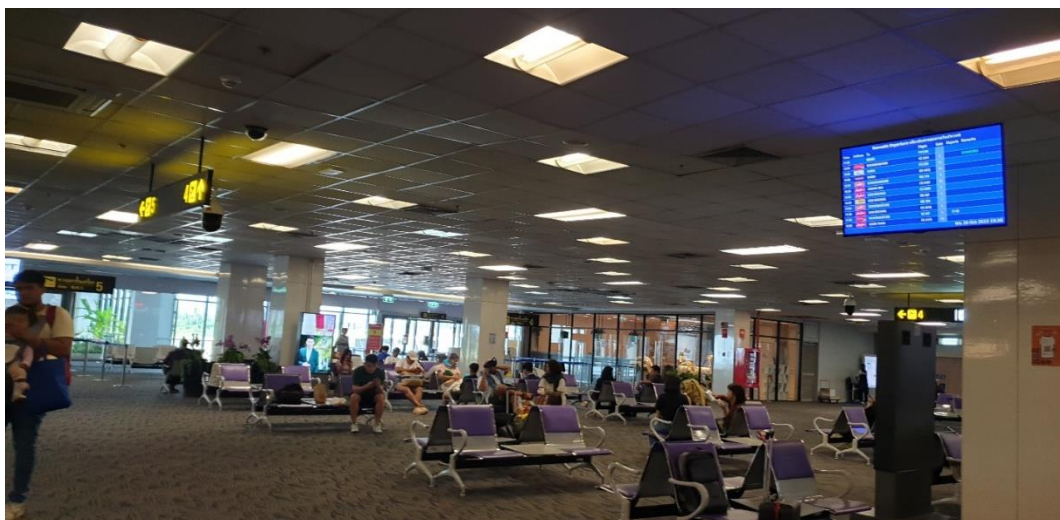
ภาพ 31 ผู้ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากพรรณนาราสปา ภูเก็ต



ภาพ 32 การเข้าร่วมงานเสวนา หัวข้อ Wellness Wave: A Deep dive into Phuket wellness tourism in the future. Perspectives of Multi-cultural Management เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์



ภาพ 33 การเข้าร่วมการประชุมการจัดทำแผนพัฒนาเสาหลักด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเก็บประกอบการทำวิทยานิพนธ์



ภาพ 34 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต



ภาพ 35 บัตรขออนุญาตเก็บข้อมูลแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต

ภาคผนวก ข (แบบสัมภาษณ์)

แบบสัมภาษณ์ (ภาครัฐ)



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต” ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวทางการพัฒนา และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การตรวจสอบศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

นางสาวกัญญาพัชร พัฒนาโกศลกุล

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้ข้อมูล

ชื่อหน่วยงาน

ตำแหน่งงาน

ระยะเวลาการทำงาน ปี

วันที่..... เดือน..... พ.ศ. เวลา

สถานที่ทำการสัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 การตรวจสอบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

2.1 ท่านคิดว่าศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นและมีศักยภาพสูงที่สามารถดึงดูด

นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต มีอะไรบ้าง

สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction)

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

.....

แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

.....

การเข้าถึง (Accessibility)

.....

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Activities)

.....

การบริการเสริมด้านสุขภาพต่างๆ (Ancillaries)

.....

ที่พักแรม (Accommodation)

.....

สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ (Amenities)

บรรยากาศหรือสภาพแวดล้อม (Atmosphere)

การจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพ (Availability)

การเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Amiability)

การมีส่วนร่วมของพันธมิตรหรือเครือข่าย (Alliances)

2.2 ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งที่โดดเด่นที่สุดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตที่มีความแตกต่างและสามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่มีคุณค่าและความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

2.3 ท่านคิดว่าสถานการณ์ปัจจุบันของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างไร มีพัฒนาการที่ก้าวหน้าอย่างมั่นคง (มีกลไกนำไปสู่ความสำเร็จ) ยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม) หรือไม่ อย่างไร

2.4 ท่านคิดว่าอะไร คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง (strength)

จุดอ่อน (weakness)

โอกาส (opportunity)

อุปสรรค (Threats)

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

3.1 หน่วยงานของท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตในด้านใดบ้าง
อย่างไร

3.2 หน่วยงานของท่านมีแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ของจังหวัดภูเก็ตให้สามารถพัฒนาเป็น “เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก” และ “Andaman
Wellness Economic Corridor” หรือ “การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจเวลเนสอันดามัน” ในอนาคต
อย่างไร

3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า บริการและอื่นๆ
เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตให้มีความพร้อมสูงสุดในการรองรับ
นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละด้านอย่างไรบ้าง

3.4 ท่านอยากเห็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตพัฒนาไปในทิศทางไหน ในอีก 5-10 ปี
ข้างหน้า

3.5 ท่านคิดว่าการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีความจำเป็นหรือไม่ หากจำเป็น ท่านคิดว่ารูปแบบการสร้างและบริหารจัดการเครือข่ายควรเป็นอย่างไร

.....

.....

3.6 ท่านคิดว่าความท้าทายของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตคืออะไร

.....

.....

3.7 ท่านคิดว่าอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตที่ควรนำมาพัฒนาต่อยอดสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตได้คืออะไร

.....

.....

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

4.1 ท่านคิดว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตให้มีคุณภาพและเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับในระดับสากลควบคู่ไปกับความยั่งยืนควรมีแนวทางอย่างไร

.....

.....

4.2 ท่านคิดว่าการสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตควรมีแนวทางเป็นอย่างไร

.....

.....

4.3 ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยความสำเร็จสำคัญที่จะทำให้จังหวัดภูเก็ตสามารถกลายเป็นเมืองสุขภาพระดับโลก (Wellness Hub) และ ศูนย์กลางทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปาในระดับมาตรฐานนานาชาติ (International Health and Wellness Center) ได้ภายในระยะเวลา 5 - 10 ปี ต่อจากนี้

.....

.....

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

.....

.....

ขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

แบบสัมภาษณ์ (ภาคเอกชน)



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต” ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวทางการพัฒนา และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การตรวจสอบศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

นางสาวกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้ข้อมูล

ชื่อหน่วยงาน

ตำแหน่งงาน

ระยะเวลาการทำงาน ปี

วันที่..... เดือน..... พ.ศ. เวลา

สถานที่ทำการสัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 การตรวจสอบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

2.1 ท่านคิดว่าศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นและมีศักยภาพสูงที่สามารถดึงดูด

นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต มีอะไรบ้าง

สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction)

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

.....

แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

.....

การเข้าถึง (Accessibility)

.....

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Activities)

.....

การบริการเสริมด้านสุขภาพต่างๆ (Ancillaries)

.....

ที่พักแรม (Accommodation)

.....

สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ (Amenities)

.....

.....

บรรยากาศหรือสภาพแวดล้อม (Atmosphere)

.....

.....

การจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพ (Availability)

.....

.....

การเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Amiability)

.....

.....

การมีส่วนร่วมของพันธมิตรหรือเครือข่าย (Alliances)

.....

.....

2.2 ท่านคิดว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่มใดคือนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และมีกลยุทธ์ใดในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ

.....

.....

2.3 ท่านคิดว่าอะไรคืออัตลักษณ์และคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตที่ได้ส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

.....

.....

2.4 ท่านคิดว่าสถานการณ์ปัจจุบันของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างไร มีพัฒนาการที่ก้าวหน้าอย่างมั่นคง (มีกลไกนำไปสู่ความสำเร็จ) ยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม) หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

2.5 ท่านคิดว่าอะไร คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง (strength)

.....

.....

จุดอ่อน (weakness)

.....

.....

โอกาส (opportunity)

.....

.....

อุปสรรค (Threats)

.....

.....

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

3.1 หน่วยงานของท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตในด้านใดบ้าง อย่างไร

.....

.....

3.2 หน่วยงานของท่านมีแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตให้สามารถพัฒนาเป็น “เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก” และ “Andaman Wellness Economic Corridor” หรือ “การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจเวลเนสอันดามัน” ในอนาคตอย่างไร

.....

.....

3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า บริการและอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตให้มีความพร้อมสูงสุดในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละด้านอย่างไรบ้าง และมีการส่งเสริมหรือร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในลักษณะใดบ้าง

.....

.....

3.4 ท่านอยากเห็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตพัฒนาไปในทิศทางไหน ในอีก 5-10 ปีข้างหน้า

3.5 ธุรกิจภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตควรมีการปรับตัวและพัฒนาอย่างไรบ้าง เพื่อพร้อมสู่การยกระดับจังหวัดภูเก็ตสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก และ “Andaman Wellness Economic Corridor” หรือ “การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจเวลเนสอันดามัน” ในอนาคต

3.6 ท่านคิดว่าธุรกิจด้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีมาตรฐานการบริการและความปลอดภัยที่เพียงพอในการส่งเสริมเป็นเมืองสุขภาพระดับโลกแล้วหรือไม่ อย่างไร มีอะไรต้องพัฒนาเพิ่มเติม

3.7 ท่านคิดว่าความท้าทายของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตคืออะไร

3.8 ท่านคิดว่าอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตที่ควรนำมาพัฒนาต่อยอดสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตได้คืออะไร

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

4.1 หน่วยงานของท่านมีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตอย่างไร ในประเด็นใดบ้าง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

สินค้าและบริการ (Product)

ราคา (Price)

.....

.....

สถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

.....

.....

การส่งเสริมการขาย (Promotion)

.....

.....

การจัดรวมแพคเกจสินค้าและบริการ (Packaging)

.....

.....

การจัดโปรแกรมกิจกรรมพิเศษและความสนใจเฉพาะในจุดหมายปลายทาง (Programming)

.....

.....

การผนึกกำลังของเครือข่ายหุ้นส่วน (Partnership)

.....

.....

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation)

.....

.....

ผู้คน (People)

.....

.....

กระบวนการและระบบการบริหารจัดการและขั้นตอน (Process)

.....

.....

4.2 ท่านคิดว่าการสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัด
ภูเก็ตควรเป็นอย่างไร

.....

.....

4.3 ท่านคิดว่าปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตได้มีการนำนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารส่งเสริมการตลาดของธุรกิจให้เป็นที่ยอมรับอย่างไรบ้าง และมีแนวทางในการส่งเสริมเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านนี้อย่างไร เพื่อยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

4.4 อะไรคือโอกาสและความท้าทายสำหรับการเชื่อมโยงบริการที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตสู่ระดับโลก

4.5 ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยความสำเร็จสำคัญที่จะทำให้จังหวัดภูเก็ตสามารถกลายเป็นเมืองสุขภาพระดับโลก (Wellness Hub) และ ศูนย์กลางทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปาในระดับมาตรฐานนานาชาติ (International Health and Wellness Center) ได้ภายในระยะเวลา 5 - 10 ปี ต่อจากนี้

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

ขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

แบบสัมภาษณ์ (ภาคผู้ปฏิบัติการ)



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีพจนานุกรม เรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต” ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวทางการพัฒนา และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การตรวจสอบศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

นางสาวกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้ข้อมูล

ชื่อหน่วยงาน

ตำแหน่งงาน

ระยะเวลาการทำงาน ปี

วันที่..... เดือน..... พ.ศ. เวลา

สถานที่ทำการสัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 การตรวจสอบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

2.1 ท่านคิดว่าอะไรคือศักยภาพที่โดดเด่นที่สุดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตที่มีความแตกต่างและสามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่มีคุณค่าและความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

.....

2.2 ศักยภาพของบุคลากรผู้ให้บริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิเช่น สปา โรงพยาบาล คลินิก โรงแรม ยังขาดทักษะใดที่ต้องการฝึกอบรมพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อให้มีศักยภาพสูงในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความสอดคล้องกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก และ“Andaman Wellness Economic Corridor” หรือ “การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจเวลเนสอันดามัน” ในอนาคต

.....

2.3 ท่านคิดว่าอะไร คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง (strength)

.....

จุดอ่อน (weakness)

.....

โอกาส (opportunity)

.....

อุปสรรค (Threats)

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

3.1 หน่วยงานของท่านมีการสนับสนุนให้บุคลากรเข้าอบรม Reskills (กระบวนการพัฒนาหรือเรียนรู้ทักษะใหม่) และ Upskills (การเพิ่มและพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมี) เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในองค์กรอย่างไร และด้านใดบ้าง บ่อยแค่ไหน

3.2 จรรยาบรรณและคุณสมบัติสำคัญที่ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพึงมีได้แก่อะไรบ้าง มากที่สุดไปน้อยที่สุด

3.3 ท่านในฐานะผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตคืออะไรคือ ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานที่พบในปัจจุบัน และมีการแก้ไขปรับตัวอย่างไร

3.4 ท่านอยากเห็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตพัฒนาไปในทิศทางไหน ในอีก 5-10 ปี ข้างหน้า

3.5 ท่านคิดว่าอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตที่ควรนำมาพัฒนาต่อยอดและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตได้คืออะไร

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

4.1 ท่านคิดว่าการสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตควรเป็นอย่างไร

4.2 ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยความสำเร็จสำคัญที่จะทำให้จังหวัดภูเก็ตสามารถกลายเป็นเมืองสุขภาพระดับโลก (Wellness Hub) และ ศูนย์กลางทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปาในระดับมาตรฐานนานาชาติ (International Health and Wellness Center) ได้ภายในระยะเวลา 5 – 10 ปี ต่อจากนี้

.....

.....

4.3 ท่านสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตได้อย่างไรบ้าง

.....

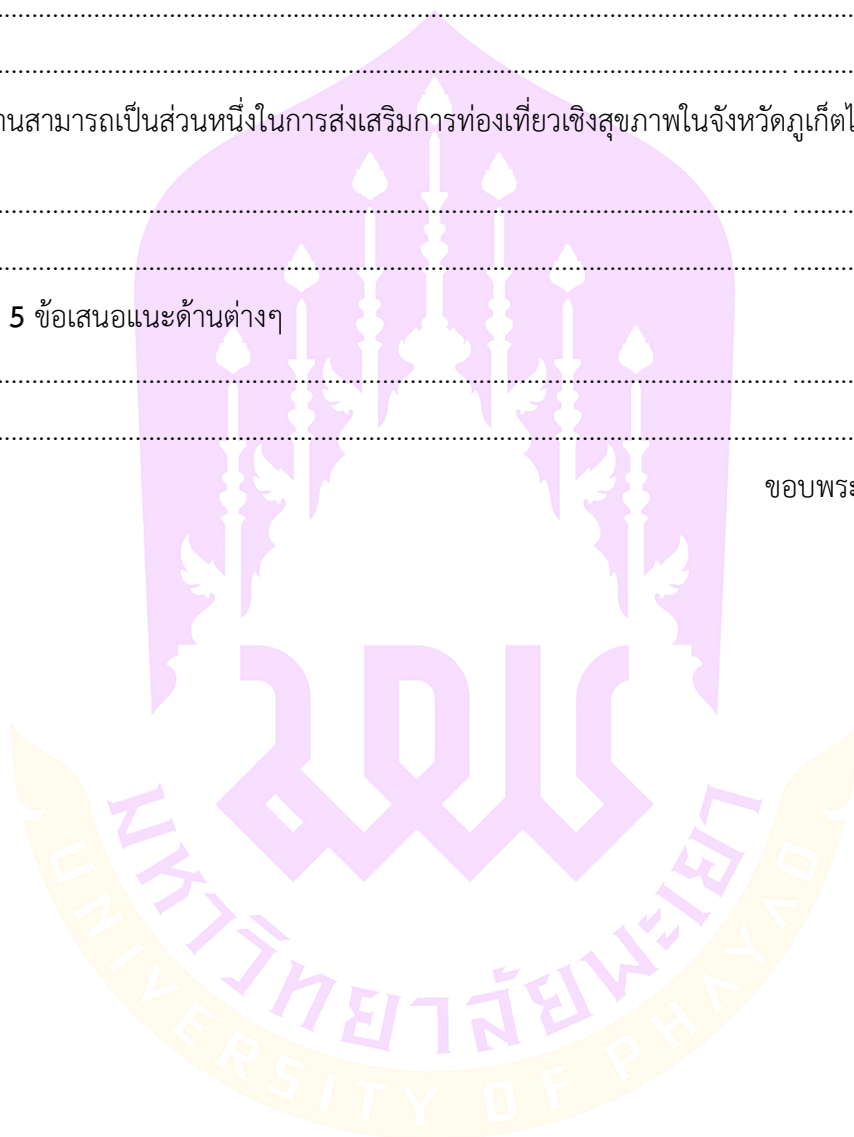
.....

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

.....

.....

ขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง



แบบสัมภาษณ์ (ภาควิชาการ)



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ต” ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวทางการพัฒนา และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การตรวจสอบศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

นางสาวกัญญาพัชร พัฒนาโกศลกุล

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้ข้อมูล

ชื่อหน่วยงาน

ตำแหน่งงาน

ระยะเวลาการทำงาน ปี

วันที่..... เดือน..... พ.ศ. เวลา

สถานที่ทำการสัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 การตรวจสอบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

2.1 ท่านคิดว่าศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นและมีศักยภาพสูงที่สามารถดึงดูด

นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต มีอะไรบ้าง

สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction)

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

.....

แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

.....

การเข้าถึง (Accessibility)

.....

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Activities)

.....

การบริการเสริมด้านสุขภาพต่างๆ (Ancillaries)

.....

ที่พักแรม (Accommodation)

.....

สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ (Amenities)

บรรยากาศหรือสภาพแวดล้อม (Atmosphere)

การจัดรายการนำเที่ยวเชิงสุขภาพ (Availability)

การเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Amiability)

การมีส่วนร่วมของพันธมิตรหรือเครือข่าย (Alliances)

2.2 หน่วยงานของท่านมีการสำรวจศักยภาพและแผนในการพัฒนาด้านหลักสูตร ผู้สอน การฝึกอบรม เพื่อสร้างทักษะความเชี่ยวชาญให้แก่ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตอย่างไรบ้าง

2.3 ท่านคิดว่าอะไรคือศักยภาพและภูมิปัญญาของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนจังหวัดภูเก็ตที่ภาควิชาการคิดว่ายังไม่เป็นที่รู้จักและถูกนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและต้องการนำมายกระดับให้มีมูลค่า/คุณค่าเพิ่มมากขึ้น

2.4 ท่านคิดว่าสถานการณ์ปัจจุบันของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างไร มีพัฒนาการที่ก้าวหน้าอย่างมั่นคง (มีกลไกนำไปสู่ความสำเร็จ) ยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม) หรือไม่ อย่างไร

2.5 ท่านคิดว่าอะไร คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง (strength)

.....

.....

จุดอ่อน (weakness)

.....

.....

โอกาส (opportunity)

.....

.....

อุปสรรค (Threats)

.....

.....

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

3.1 ที่ผ่านมา ท่านได้มีความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้างในการขับเคลื่อนจังหวัดภูเก็ตไปสู่การเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

.....

.....

3.2 ที่ผ่านมา หน่วยงานของท่านได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต อย่างไร ในมิติไหนบ้าง

.....

.....

3.3 ในอนาคต หน่วยงานควรปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่อย่างไร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

.....

.....

3.4 หน่วยงานของท่านมีแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า บริการและอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตให้มีความพร้อมสูงสุดในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ในด้านวิชาการอย่างไรบ้าง และมีการส่งเสริมหรือร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในลักษณะใดบ้าง

3.5 หน่วยงานของท่านมีแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการศึกษา วิจัย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต อย่างไรบ้าง

3.6 ท่านคิดว่าการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีความจำเป็นหรือไม่ หากจำเป็น ท่านคิดว่ารูปแบบการสร้างและการบริหารเครือข่ายควรเป็นอย่างไร

3.7 ท่านคิดว่าธุรกิจด้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีมาตรฐานการบริการและความปลอดภัยที่เพียงพอในการส่งเสริมเป็นเมืองสุขภาพระดับโลกแล้วหรือไม่ อย่างไร มีอะไรต้องพัฒนาเพิ่มเติม

3.8 ท่านคิดว่าความท้าทายของภาควิชาการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตคืออะไร

3.7 ท่านอยากเห็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตพัฒนาไปในทิศทางไหน ในอีก 5-10 ปี ข้างหน้า

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

4.1 ท่านคิดว่าการสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตควรเป็นอย่างไร

.....

.....

4.3 ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยความสำเร็จสำคัญที่จะทำให้จังหวัดภูเก็ตสามารถกลายเป็นเมืองสุขภาพระดับโลก (Wellness Hub) และ ศูนย์กลางทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปาในระดับมาตรฐานนานาชาติ (International Health and Wellness Center) ได้ภายในระยะเวลา 5 – 10 ปี ต่อจากนี้

.....

.....

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

.....

.....

.....

ขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง



ภาคผนวก ค (แบบสอบถาม)

Questionnaire for international tourist

Name of Place

Questionnaire No.



Questionnaire

Approaches to Develop and Promote Wellness Tourism in Phuket Province

Dear Respondents,

Thank you very much for your participation and assistance in taking part in this survey. This study is conducted as part of a Ph.D. thesis on “Approaches to Develop and Promote Wellness Tourism in Phuket Province” by Miss Kanyapat Pattanapokinsakul, a student at the College of Management, University of Phayao, Thailand. Please, Answer the following questions. There are no “right” or “wrong” answers and no trick questions. If you find some of the confusing or unclear questions, please, ask the researcher.

The information given in this study will be treated confidentially and your information will not be used in any commercial way. The questionnaire is divided into 5 sections as follows;

Section 1 Respondent’s demographic profile

Section 2 Wellness Tourist behavior

Section 3 Tourist motivation for wellness traveling in Phuket

Section 4 Tourist satisfaction with accessing wellness service in Phuket

Section 5 Suggestion

Section 1 Respondent's Demographic Profile

Instruction: Please mark ✓ in the respective box before the word or sentence, which is true for you.

1. Gender ☐ Male ☐ Female ☐ LGBTQ
2. Age ☐ 18-24 years ☐ 25-39 years
☐ 40-60 years ☐ Older than 60 years
3. Status ☐ Single ☐ Married
☐ Separated/Divorced
4. Religion ☐ Buddhism ☐ Muslim ☐ Christianity
☐ No Religion ☐ Others (Please Specify)
5. Nationality ☐ Asia (Please Specify)
☐ Europe (Please Specify)
☐ Australia (Please Specify)
☐ North America (Please Specify)
☐ South America (Please Specify)
☐ Africa (Please Specify)
☐ Others (Please Specify)
6. Education level ☐ Primary School ☐ High School
☐ Diploma ☐ Undergraduate
☐ Graduate or Higher ☐ Other (Please Specify)
7. Occupation ☐ Student ☐ Employee
☐ Retired ☐ Government and Military Personal
☐ Business man ☐ Freelance
☐ Unemployed ☐ Other (Please Specify)

8. Personal income per month in US dollars

- | | |
|---|--|
| ☐ 500 USD or less than | ☐ 501 – 1,500 USD |
| ☐ 1,501 – 2,500 USD | ☐ 2,501 – 3,500 USD |
| ☐ 3,501 – 4,500 USD | ☐ Over 4,500 USD |

Section 2 Tourists' behavior

Instruction: Please write down or tick ✓ in ☐ which corresponds to your answer.

1. Have you visited Phuket before?

- ☐ Yes ☐ No

How many times have you visited Phuket before?

- ☐ only once ☐ 2-3 Times ☐ 4-5 Times ☐ More than 5 Times

2. How long did you stay in Phuket?

- ☐ less than 7 days ☐ 1 - 2 Week ☐ 3 - 4 Week
☐ More than 1 month

3. Who were you traveling with?

- ☐ Alone ☐ Family ☐ Friends ☐ Tour Group
☐ Incentive trip (Company) ☐ Other (Please Specify)

4. What kind of accommodation that you stay in Phuket?

- ☐ Hotel ☐ Resort ☐ Hostel
☐ Service Apartment ☐ Airbnb ☐ Guest House
☐ Relative or friend's House
☐ Other (Please Specify)

5. What kind of transportation was used to travel in Phuket? (Multiple answers are allowed)

- ☐ Local bus (Po-Thong) ☐ Tuk Tuk ☐ Motorbike/Car Rental ☐ Taxi
☐ Phuket smart bus ☐ by walk
☐ Other (Please Specify)

6. How did you find out the wellness information in Phuket? (Multiple answers are allowed)

- ☐ Word of Mouth ☐ Internet ☐ Hotel ☐ Travel Agent

- ☐ Authority of Tourism Thailand
☐ Social media (Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Twitter, and so on)
☐ Advertising (Travel guidebook, Television Brochures, Print media, Magazines, and so on)
☐ Other (Please Specify)
7. During your staying in Phuket, how many times have you had access to the wellness program or service?
- ☐ Never ☐ 1 time ☐ 2 times ☐ 3 times
☐ 4 times ☐ 5 times ☐ More than 5 times
8. What is your main travel purpose?
- ☐ Relax & Leisure ☐ Prevent & Wellness
☐ Treatment & Recovery
☐ Other (Please Specify)
9. What kinds of wellness packages did you access to service? (Multiple answers are allowed)
- ☐ Meditation package ☐ Spa package ☐ Physical fitness package
☐ Beauty care package
☐ Nutrition package ☐ Education package
☐ Other (Please Specify)
10. How much money did you spend on wellness programs or services on average?
- ☐ less than or 15,000 THB ☐ 15,001 – 25,000 THB ☐ 25,001 – 35,000 THB
☐ 35,001 – 55,000 THB ☐ Over 55,000 THB

11. Which of the following wellness services would you be most interested in using in Phuket?

(Please tick ✓ in the box that best matches your opinion or experience.

Select one field per line only.)

Level of interest: 4 = Very interest 3 = interest 2 = Slightly interest 1 = Not interest

Wellness Service	Level of interest			
	4	3	2	1
Wellbeing Package				
Health Nutrition & Detox Programs				
Health Checkup Programs				
Post COVID-19 Rehabilitation & Recovery Programs				
Anti-aging and Beauty Packages				
Alternative Therapies				
Spa & Massages				
Physical Fitness (Personal Training)				
Meditation for healing body and mind				

12. How important of the following factors for you when purchasing a wellness program or services in Phuket?

(Please tick ✓ in the box that best matches your opinion or experience.

Select one field per line only.)

Level of importance: 4 = Very important 3 = Important 2 = Slightly important 1 = Not important

Main factors	Level of importance			
	4	3	2	1
Atmosphere				
Reasonable Price				

Main factors	Level of importance			
	4	3	2	1
World famous brand				
Specialist Staff				
Professional Service				
High-Quality Standard				
Reliability (International Recognition)				
The uniqueness of the wellness program				
Varieties of Alternative Packages				
Convenience (Infrastructures & Super-infrastructures)				

13. How often do you use the following sources to search for wellness information and reserve a wellness program in Phuket? **(Please tick ✓ in the box that best matches your opinion or experience. Select one field per line only.)**

Level of Frequency: 4 = Often 3 = Sometimes 2 = Seldom 1 = Never

Communication	Level of Frequency			
	4	3	2	1
Online website / Application				
Walk-in / Direct distribution with the provider				
Travel Agency				
Agoda				
Expedia				
Traveloka.com				
Booking.com				

Section 3 Tourist motivation for wellness traveling in Phuket

Instruction: Please tick ✓ in the box that best matches your opinion or experience. Select one field per line only.

Level of motivation: 5 = Highest 4 = High 3 = Average 2 = Low 1 = Lowest

Push Factors	Level of motivation				
	5	4	3	2	1
Self-development					
Gain a holistic experience					
Understand more about myself					
Feel inner harmony/peace					
Body & Mental Health					
Mental Recovery (Mental)					
Body Recovery (Body)					
Meditation (Spiritual)					
Relaxation & Escape					
Change a habit					
Spend time refreshing and relaxing					
Finding happiness in life					
Awareness					
Escape from everyday routine					
Escape from the usual environment					
Release pressure from work					
Push factors	Level of motivation				
	5	4	3	2	1
Socialization and connectivity					
Following the wellness tourism trend					
Interact with people from different cultures					
Share experiences through social media					
Freedom to motivate					

Earn good wellness experience along with other tourism experience					
Get new inspiration					
Engage in new healthy activities					
Pull Factors	Level of motivation				
	5	4	3	2	1
Promotion					
Online / offline Reviews (e-Word of Mouth (e-WOM)) by influencers / Youtubers / Relative					
Advertising in multi-channel (Online & Offline)					
Varieties of sale promotions (Discount, Buy 1 get 1 free, value package) in wellness tourism destinations in Phuket					
Product					
Variety of wellness packages					
Variety of wellness tourist attractions					
High-quality Wellness Center					
Price					
The price of a wellness quality is worth the money pay					
The price was shown clearly					
There are several wellness package costs available.					
Place					
Phuket has good facilities & amenities for wellness tourism					
Phuket has a variety of accessibility (Aviation Hub)					
Phuket is known as a world-class wellness tourism destination					
Physical evidence					
Healthy Environment (public green space, carbon-friendly, the environmental management system,					
Pull Factors	Level of motivation				
	5	4	3	2	1

and atmosphere)					
Healthy Activities (Sports, Mental retreatment, Eating, Relaxing, Sleeping, education)					
Healthy Setting (Wellness Restaurant, Wellness Accommodation, Wellness Hospital, Wellness School & University, Wellness Tourist attraction, Fitness, Wellness Center, Wellness workplace, wellness city)					
Process					
Convenience service process for accessing wellness services in Phuket (online/offline)					
The quality standard of wellness service in Phuket (Speed of service (SOS))					
Adapting digital technology in a working & service system					
A good public health system					
People					
Service staff have wellness tourism skills & knowledge (Specialists)					
Service staff have a quality wellness consulting					
Service staff be able to communicate in many languages					
Packaging					
Meditation package					
Spa package					
Nutrition package					
Physical Fitness package					
Beauty care package					

Pull Factors	Level of motivation				
	5	4	3	2	1
Programming					
Phuket has an interesting special event & festival supporting wellness tourism (Ex. Sports events, healthy food market, Thai herbs events)					
Phuket has special activities supporting wellness tourism (Ex. Spa, Mental health, Thai boxing, Yoga, healthy cooking)					
Phuket has an interesting wellness exhibition & conference					
Partnership (Public Private Partnership)					
Wellness Government Alliance					
Public Wellness Alliance					
Community Wellness Alliance					
Totally tourist motivation for wellness tourism in Phuket					

Section 4 Tourist Satisfaction with Quality of Wellness Tourism in Phuket

Instruction: Please tick ✓ in the box that best matches your opinion or experience. Select one field per line only.

Level of motivation: 5 = Highest 4 = High 3 = Average 2 = Low 1 = Lowest

Quality of Wellness Tourism	Level of satisfaction				
	5	4	3	2	1
Convenience					
Located in a good & convenient location					
Variety of reservations and payment system					
One-stop wellness service					
Universal design for all					
Co-ordination					
Service staff have good & clear communication skills in many languages					

Quality of Wellness Tourism	Level of satisfaction				
	5	4	3	2	1
Realtime conversation (online)					
Smooth coordination					
Information					
Specialized wellness response information					
Clear & complete wellness service information					
Accuracy in the use of wellness tourism terminology in describing the information					
Courtesy					
Service mind staff					
Clean and neatly dressed staff					
Confident & positive-thinking staff					
Attentive staff					
Quality of Care					
Skills & knowledge of staff					
High-quality and modern wellness equipment					
Service Ethics					
Famous & Credibility					
Output-off-pocket cost					
The wellness service/package in Phuket has a reasonable price					
The quality of service is worth the money pay					
Excellent wellness experience is worth the money pay					
Totally satisfied with the wellness tourism quality in Phuket					

Section 5 Suggestion

(Please tick ✓ in the box that best matches your opinion or experience. Select one field per line only.)

Level of agreement: 4 = Strongly agree 3 = Agree 2 = Disagree 1 = Strongly disagree

Suggestion	Level of agreement			
	4	3	2	1
Would you like to revisit Phuket for wellness services in the future? Why? (Please give the reason)				
Would you recommend your friend or relative to visit Phuket for wellness services? Why? (What kinds of Wellness services) (Please give the reason)				

Suggestions and Recommendations for developing and promoting Phuket to be a world-class wellness Tourism Destination and wellness city in the future.

.....

.....

.....

Thank you very much for your cooperation.

ใบรับรองการยกเว้นพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
The Human Research Ethics Committee of University of Phayao on Humanities and Social Sciences
19 หมู่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 58000 เบอร์โทรศัพท์ 05446 6666

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ชื่อโครงการ : แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต
: Approaches to Develop and Promote Wellness Tourism in Phuket Province

เลขที่โครงการวิจัย : HREC-UP-HSS 2.2/138/66

ผู้วิจัยหลัก : นางสาวกัญญาพัชร พัฒนาโกศลกุล

สังกัดหน่วยงาน : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.เลวี วงษ์มณฑา

สังกัดหน่วยงาน : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

วิธีทบทวน : แบบเร่งรัด (Expedited)

รายงานความก้าวหน้า : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์
หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิพย์ เสมอเชื้อ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่รับรอง : 15 กันยายน 2566
วันหมดอายุ : 15 กันยายน 2567

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล
วัน เดือน ปี เกิด	20 เมษายน 2532
สถานที่เกิด	จังหวัดภูเก็ต
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2558 บธ.ม. (การจัดการบริการและการท่องเที่ยว (หลักสูตรนานาชาติ)), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ภูเก็ต พ.ศ. 2554 ศศ.บ. (ภาษาญี่ปุ่น), มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก
ที่อยู่ปัจจุบัน	19/118 หมู่บ้านปรางทอง 3 ถ.ขวาง ต.วิชิต อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
ผลงานตีพิมพ์	ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ Pattanapokinsakul, K., Wongmontha, S., Chieochan, K. P., & Pariwongkhuntorn, N. (2024). The Readiness for Development Phuket as a World-Class Wellness Tourism Destination. Journal of Arts Management, 8(1), 155 - 181. กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล, เสรี วงษ์มณฑา, กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ, ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). การวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจหลักและดิ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 7(6), พฤศจิกายน - ธันวาคม 2567.