

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

1. นโยบายประเทศไทย 4.0 หรือ “ไทยแลนด์ 4.0”



ภาพที่ 1.1 โมเดลประเทศไทย 4.0 ขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยนวัตกรรม
ที่มา: เอ็มเอ็มไทยแลนด์ (2560)

นโยบายประเทศไทย 4.0 หรือ “ไทยแลนด์ 4.0” เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญ ในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศ ด้านต่างๆ เพื่อปรับแก้จัดระบบ ปรับทิศทางและสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญสามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ให้เป็นเศรษฐกิจใหม่ (New engines of growth) มีรายได้สูงไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม”

โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจาก การขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมและเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น โดยการเปลี่ยนเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่และรัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็น Smart enterprises และ Startups บริษัทเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูงเปลี่ยนจาก Traditional services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่

High value services และเปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและทักษะสูง

สำหรับการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อก้าวสู่การเป็น “ประเทศไทย 4.0” นั้น จะต้องเปลี่ยนจากความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศที่มีอยู่ 2 ด้าน คือ ความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ขณะเดียวกันยังต้องเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่า (Value added) ไปสู่การสร้างมูลค่า (High value) หรือการสร้างผลิตภาพ (Productivity)

ทั้งนี้ การขับเคลื่อนโครงสร้างเศรษฐกิจแบบใหม่ดังกล่าว ต้องเติมเต็มด้วยวิทยาการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนา โดยมุ่งเน้น 5 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-tech)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-med)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกล ที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (Smart devices, Robotics & mechatronics)

กลุ่มที่ 4 กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, Internet of Things, Artificial intelligence & Embedded technology)

กลุ่มที่ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High value services)

โดยทั้ง 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมายนี้ เป็นส่วนหนึ่งของ “10 อุตสาหกรรมแห่งอนาคต” หรือ S-Curve และ New S-Curve (ดังภาพที่ 1.2)



ภาพที่ 1.2 อุตสาหกรรมเป้าหมายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม
ที่มา: ไทยแลนด์อินดัสตรี (2559)

จากภาพที่ 1.2 เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ภายใต้ Thailand 4.0 นั้น จะต้องเริ่มจากสร้างความเข้มแข็งจากภายใน คือ การยกระดับนวัตกรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ ชุมชน และเครือข่ายในทุกภาคส่วนของประเทศ เมื่อโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศเข้มแข็งแล้ว สิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไป คือ การเชื่อมโยงกับภายนอก ทั้งในรูปแบบภูมิภาค เช่น กลุ่มประเทศอาเซียน และการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกต่อไป

ทั้งนี้ เป้าหมายการขับเคลื่อน “Thailand 4.0” คือ การก้าวไปสู่การเป็น “ประเทศที่มีรายได้สูง” ด้วยนวัตกรรมที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ ซึ่งหากประเทศไทยสามารถขับเคลื่อนไปได้จริง จะทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยหลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และสามารถลดการพึ่งพาต่างชาติ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำต่าง ๆ เป็นการสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนได้อย่างแท้จริง



ภาพที่ 1.3 แนวทางในการพัฒนาประเทศไทย Thailand 4.0

ที่มา: เอ็มเอ็มไทยแลนด์ (2560)

จากภาพที่ 1.3 แสดงถึงแนวทางในการพัฒนาประเทศไทย Thailand 4.0 มีเป้าหมายเพื่อหลุดพ้น 3 ก้นดัก โดยปรับเปลี่ยนกลไกการขับเคลื่อนการเติบโตชุดใหม่ (New growth engines) เพื่อเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ “ประเทศในโลกรุ่นที่หนึ่ง” ภายในปี 2575 ดังนี้

หลุดพ้นจากก้นดักประเทศรายได้ปานกลาง ด้วยการสร้างความมั่งคั่งผ่านกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ (Competitive growth engines) เพื่อก้าวสู่ประเทศที่มีรายได้สูง โดยเปลี่ยนจาก “ทำมากได้น้อย” เป็น “ทำน้อย ได้มาก” ซึ่งประกอบไปด้วย

- การยกระดับขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา
- การสร้างคลัสเตอร์ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- การบ่มเพาะธุรกิจด้านเทคโนโลยี การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์
- การพัฒนาวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม
- การพัฒนาทักษะและงานใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
- การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ
- การบริหารจัดการสมัยใหม่ ที่พร้อมดำเนินการ ทั้งใน Physical และ Digital platforms
- กิจกรรมร่วมทุนรัฐและเอกชนในโครงการขนาดใหญ่



ภาพที่ 1.4 ดัชนีผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมปี 2017
ที่มา: พีเอ็มเอที - เพโซนอล เมเนจเม้นท์ แอดโซลิเคชั่น ออฟ ไทยแลนด์ (2560)

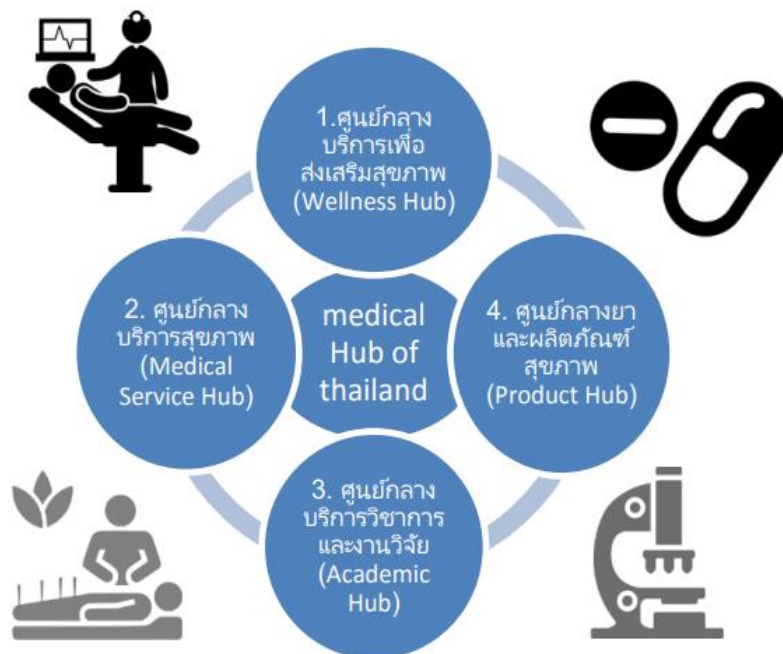
จากภาพที่ 1.4 แสดงถึงผลการจัดอันดับดัชนีนวัตกรรมโลก (Global Innovation Index) จัดอันดับผลการดำเนินงาน ด้านนวัตกรรมปี 2017 จำนวน 127 ประเทศ ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 51 คะแนนรวม 37.57 ซึ่งถือว่าดีขึ้นติดต่อกันเป็นปีที่ 3 โดยเมื่อปี 2016 แล้วไทยติดอันดับ 52 และปี 2015 ติดอันดับที่ 55 ทั้งยังเป็นประเทศผู้นำด้านการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ และการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GERD) ติดอันดับ 5 และ 6 ของโลก เมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง

ในการพัฒนาประเทศไทยเพื่อตอบสนองกับนโยบาย Thailand 4.0 และการพัฒนาเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมนั้น การวิจัยและนวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ สามารถนำพาประเทศหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางกับดัก ความเหลื่อมล้ำ และกับดักความไม่สมดุลของ การพัฒนารวมถึงทำให้ประเทศสามารถปรับตัวรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และเป้าหมายไทยแลนด์ 4.0

สถานนโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทช.) โดยคณะอนุกรรมการด้านนโยบายและยุทธศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม จึงได้จัดทำ “ยุทธศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)” โดยได้มีการกำหนด วิสัยทัศน์ว่า **“ประเทศไทยใช้การวิจัยและนวัตกรรมเป็นกำลังอำนาจแห่งชาติ เพื่อก้าวไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วภายใน 20 ปี ด้วยความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”** โดยมียุทธศาสตร์ 4 ด้าน ที่ระบุประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ไว้ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย (1) อาหาร เกษตร เทคโนโลยีชีวภาพและเทคโนโลยีการแพทย์ (2) เศรษฐกิจดิจิทัลและข้อมูล (3) ระบบโลจิสติกส์ (4) การบริการมูลค่าสูง และ (5) พลังงาน

2. นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) ให้เป็นบริการมูลค่าสูง (High value)

นอกจากนี้ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ถือเป็นช่วงเวลาแห่งการปฏิรูปประเทศไทยให้ก้าวไปสู่การที่ประชาชนทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมและประสานประโยชน์เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขบนวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” โดยมีวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579 คือ ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ที่เน้นในเรื่องการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และสินค้าบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์วิถีไทย ที่มีแนวทางในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) เป็นต้น ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการ ซึ่งส่งเสริมอัตลักษณ์และภูมิปัญญาไทย อีกทั้งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 1.5 ผลผลิตแผนพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2559-2568)
ที่มา: หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคบริการ ธนาคารออมสิน (2559)

ทั้งนี้ในการดำเนินการให้ไทยเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพนานาชาติ ได้รับการสนับสนุนจากจากภาครัฐ โดยการจัดทำเป็นยุทธศาสตร์ของประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 และได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบันรัฐบาลได้กำหนดแผนดำเนินการหลักจำนวน 2 แผนงานที่สำคัญ คือ

- แผนพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical hub) (พ.ศ. 2559-2568) เป็นแผนระยะ 10 ปีได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2559 โดยแบ่งเป็น โดยแบ่งออกเป็น 4 ผลผลิตหลัก คือ (1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness hub) (2) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical service hub) (3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic hub) และ (4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product hub)

- แต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการพัฒนาและส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้าน Medical and Wellness tourism (ระยะเร่งด่วน ปี พ.ศ. 2559-2560)

3. โอกาสและการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism)

จากความสำคัญจากนโยบายของรัฐบาลในการมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) ซึ่งการศึกษาพบว่า ตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) กำลังขยายตัวและมีโอกาสเติบโตอย่างมาก ทั้งในและต่างประเทศ

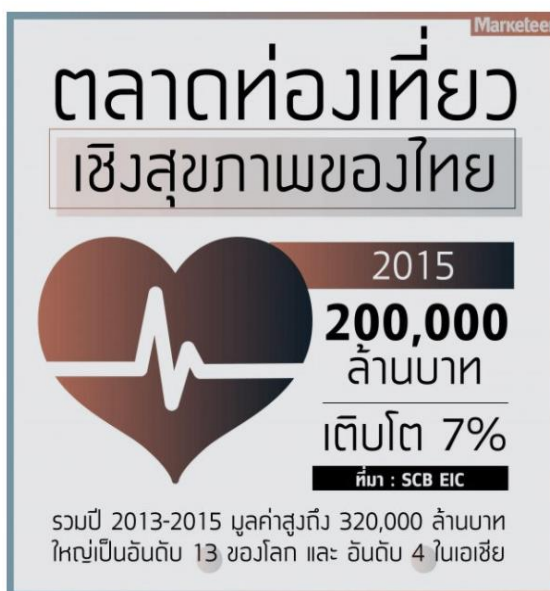


ภาพที่ 1.6 มูลค่าทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) ในตลาดโลก
ที่มา: โกลเบิล เวลเนส อินสติทิวท (2556)

3.1 โอกาสของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism)

ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) ในต่างประเทศ พบว่ามีมูลค่าสูงประมาณ 438.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (เดอะ โกลเบิล เวลเนส ทัวริซึม อีโคโนมี (2556) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวปกติโดยทั่วไป มีมูลค่าประมาณ 3.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่นิยมท่องเที่ยวแล้ว มีส่วนทำให้สุขภาพดีขึ้นด้วย โดยมีสปาเป็นบริการที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเภทนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยว กลุ่มนี้จะมีคุณภาพ และการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่น โดยเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 130 และมีแนวโน้ม ให้ความนิยมมาท่องเที่ยวแถบเอเชียและแปซิฟิกมากขึ้น คาดว่าจะมีการเติบโตประมาณร้อยละ 9.1 จนถึง ปี 2017 (มูลค่า 678.5 พันดอลลาร์สหรัฐ) ทำให้แต่ละประเทศสามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่ให้ตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องเนื่องจากกระแสการตื่นตัวของประชากรโลกที่ให้ความสนใจและพยายามแสวงหาการดูแลสุขภาพที่ดีกว่า เร็วกว่า และถูกกว่า ประกอบกับการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ มีความสะดวกสบายมากขึ้น

อีกทั้งการทำการตลาดผ่าน Social media ก็มีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการสูง ส่งผลให้เศรษฐกิจเชิงสุขภาพ (Wellness economy) มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด



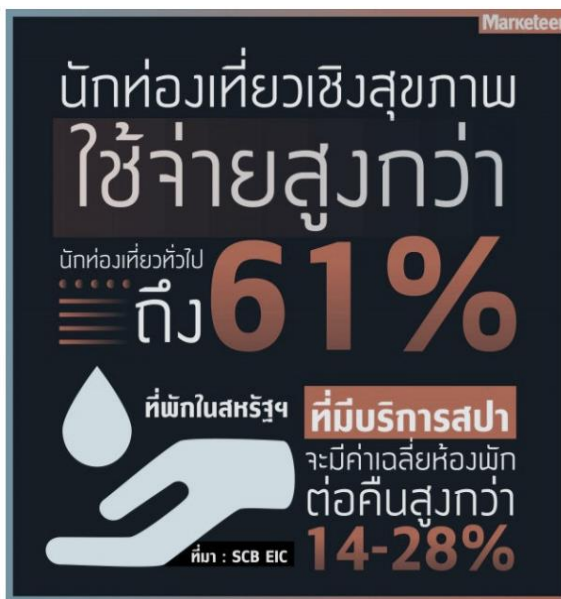
ภาพที่ 1.7 การจัดอันดับประเทศไทยให้เป็นตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดับที่ 13 ของโลก
ที่มา: มาร์เก็ตเธียร์ (2560)

Global Wellness Institute รายงานว่า ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย มีมูลค่าถึง 200,000 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการเติบโตถึง 7% แต่ถ้ารวมในปี 2013-2015 ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย จะอยู่ในอันดับ 13 ของโลก ส่วนในเอเชียอยู่ในอันดับ 4 เป็นรองแค่จีน ญี่ปุ่น และอินเดีย



ภาพที่ 1.8 บริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism)
ที่มา: มาร์เก็ตเียร์ (2560)

โดยภาพรวมอุตสาหกรรม Wellness industry สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทตามลักษณะการให้บริการ คือ บริการการดูแลสุขภาพจากภายในและภายนอก ตัวอย่างการบริการดูแลสุขภาพจากภายใน เช่น บริการการให้คำปรึกษาด้านโภชนาการที่ดีต่อสุขภาพความสมบูรณ์ของร่างกายและจิตใจ การแพทย์เชิงป้องกันเฉพาะบุคคล รวมถึงอาหารเสริม และยารักษาโรคทางเลือก เป็นต้น ในขณะที่การบริการดูแลสุขภาพจากภายนอกจะมีตัวอย่างที่พบเห็นได้บ่อย เช่น ธุรกิจด้านความงามและการชะลอวัย บริการสปาและองค์ประกอบ รวมถึงการท่องเที่ยวแบบ Wellness tourism



ภาพที่ 1.9 ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism)
ที่มา: มาร์เก็ตเธียร์ (2560)

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมีแนวโน้มที่ราคาสูงกว่ากิจกรรมทั่วไปอยู่แล้ว ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ยินยอมที่จะจ่ายเพื่อประสบการณ์ล้ำค่า โดยนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ต่างประเทศที่มาไทย ใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 61% ในขณะที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคนไทย ใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึง 162% ที่ตัวเลขสูงขนาดนี้ก็เพราะฐานการใช้เงินระหว่างการท่องเที่ยวแบบปกติของคนไทยมีราคาที่ถูกมาก เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวแบบสุขภาพ

3.2 การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism)

การศึกษาถึงการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถสรุปถึงปัจจัยที่ทำให้มีการเติบโตไป 3 ประการ

ประการแรก คือ การขยายตัวของชนชั้นกลางทั่วโลกที่มีระดับรายได้ที่สูงขึ้น ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายด้านท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

ประการที่สอง คือ ผู้บริโภคทั่วโลกหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพของตนเองมากขึ้น ซึ่งถูกกระตุ้นจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases: NCDs) และความเครียดจากการทำงาน

ประการสุดท้าย คือ เทรนด์การท่องเที่ยวที่นิยมการสัมผัสประสบการณ์ แปลกใหม่ ในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม

ทั้ง 3 ประการ สะท้อนถึงแนวโน้มตลาดท่องเที่ยวที่หันมาให้ความสำคัญกับ Wellness tourism มากขึ้นและจะเติบโตควบคู่ไปกับตลาด Medical tourism ซึ่งเป็นตลาดหลักของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คาดว่าจะเติบโตสูงถึงราว 16% ต่อปีในช่วงปี 2017-2020

1) โอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการพัฒนาธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ

โดยผู้ประกอบการอาจสร้างสรรค์แนวคิดการให้บริการแบบใหม่ที่มีผลการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์รับรอง หรือการปรับปรุงแบบการให้บริการที่มีอยู่แล้ว เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสมุนไพรที่หาได้ในท้องถิ่น การบำบัดด้วยเสียงธรรมชาติ การบำบัดด้วยกลิ่นหอมระเหย (Aromatherapy) การบำบัดด้วยน้ำทะเล (Thalassotherapy) การบำบัดด้วยโคลน (Mud therapy) หรือการให้บริการห้องอาบน้ำที่ผู้ใช้บริการสามารถรับชมการแสดงต่าง ๆ พร้อมกันไปด้วยระหว่างใช้บริการเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ

2) ธุรกิจโรงแรมสามารถปรับตัวได้ง่าย

เนื่องจากธุรกิจโรงแรมสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักได้โดยตรงและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มจากการให้บริการ โดยนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบ Wellness tourism โดยอาจร่วมมือกับธุรกิจอื่นในพื้นที่เพื่อเพิ่มทางเลือกด้านกิจกรรมที่หลากหลายแก่แขกที่เข้าพัก หรืออาจพัฒนารูปแบบการให้บริการที่มีอยู่เดิมให้มีความแปลกใหม่ เช่น บริการสปาด้วยทรายขัดผิวจากทะเล สปาหอมมุขหรือการใช้น้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรท้องถิ่นมาสร้างบรรยากาศเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความแตกต่างที่ไม่สามารถพบได้โดยทั่วไป

นอกจากนี้ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ประมาณการมูลค่าตลาดปี พ.ศ.2558 ของอุตสาหกรรม Wellness and Medical services โดย Medical services มีรายได้จากต่างชาติประมาณ 136,500 ล้านบาท Wellness services ได้แก่ สปาขนาดไทย มีรายได้ ประมาณ 31,155 ล้านบาท และสินค้าสปาประมาณ 1,300 ล้านบาท

โดยในส่วนของศักยภาพทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในภาพรวมของประเทศไทยมีอยู่ 3 ประการ คือ

(1) สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตลาดโลกมีมูลค่าประมาณ 1,604 พันล้านบาท ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 285 พันล้านบาท สูงเป็นอันดับที่ 13 ของโลก โดยมีเอกลักษณ์ที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยเป็นส่วนหนึ่งของการนำภูมิปัญญาตามแนวทาง และศาสตร์ในการดูแลสุขภาพดั้งเดิมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการบริการทางสุขภาพ ส่งผลให้การบริการเชิงสุขภาพของไทย มีความหลากหลายและมีความโดดเด่น จนเป็นที่ยอมรับและรู้จักของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นแนวทางการดูแลสุขภาพองค์รวม การนวดไทย ฤาษีดัดตน การฟื้นฟูจิตใจ และร่างกาย ควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพองค์รวม ตลอดจนการล้างพิษและการดูแลสุขภาพการกินตามธาตุเจ้าเรือน สิ่งเหล่านี้ทำให้การบริการทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย มีบริบทเฉพาะที่สามารถรองรับความต้องการในทุกระดับ ตั้งแต่ High-end ไปจนถึงผู้ใช้บริการในระดับทั่วไป ซึ่งจะรวมการท่องเที่ยว ประเภทนี้ไว้เป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการนำเที่ยวของกรุ๊ปทัวร์ และแพ็คเกจทัวร์ หรือการบริการเสริมของที่พัก อาทิ สปารีสอร์ท เป็นต้น ซึ่งในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลสุขภาพเป็นหลักยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร โดยส่วนใหญ่จะผนวกกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นเข้าด้วยกัน แต่มีการดูแลสุขภาพไปด้วย อาทิ ทัวร์แพทย์แผนไทย ทัวร์อาหารสมุนไพร ทัวร์เกษตรธรรมชาติ ทัวร์สมุนไพรชนบท ทัวร์น้ำพุร้อน อาบน้ำแร่ ทัวร์ฝึกสมาธิ บำเพ็ญภาวนา และทัวร์แหล่งธรรมชาติ เป็นต้น

(2) สปา บริการเชิงสุขภาพระดับ High-end มีชื่อเสียง และสร้างมูลค่าเพิ่มสูง ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง เพื่อใช้บริการในรูปของ Destination spa และ Day spa ที่ตั้งอยู่ใน โรงแรมหรือในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันมีหลายแห่งที่ติดอันดับโลก และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมาอย่างต่อเนื่อง เช่น สปาที่มีชื่อเสียงในระดับโลก ได้แก่ ชีวาศรม (Chiva Som) หัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ปัจจุบันมีสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ได้รับรองมาตรฐานแล้ว 1,609 แห่ง มีบริการเชิงสุขภาพระดับ High-end มีชื่อเสียง และสร้างมูลค่าเพิ่มสูงประเทศไทย มี Destination spa และ Day spa หลายแห่งที่มีชื่อเสียงติดอันดับโลกและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ นวดไทยทางเลือกของการบริการเชิงสุขภาพที่โดดเด่น นวดไทยเป็นภูมิปัญญาด้านแพทย์แผนไทยที่สามารถนวดเพื่อการรักษา และนวดเพื่อผ่อนคลาย จำนวนผู้ประกอบการด้านการแพทย์แผนไทย ซึ่งมีนวดไทยเป็นส่วนหนึ่งของการแพทย์แผนไทย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จาก 49,864 ราย ในปี พ.ศ. 2553 เป็น 58,681 ราย ในปี พ.ศ. 2556 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.7) การแพทย์แผนไทยเป็นทางเลือก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ปัจจุบันการรักษาแบบแพทย์แผนทางเลือกได้รับความสำคัญมากขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก สำหรับประเทศไทย จากข้อมูลกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ พบว่า ในปี 2558 มีผู้ประกอบการการแพทย์แผนทางเลือกจำนวน 7,739 ราย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีไทย คาดว่าจะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะสอดคล้องกับ Trend การท่องเที่ยวปัจจุบันที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวชุมชน

(3) ธุรกิจสปาไทยเป็นบริการเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคน ในปัจจุบัน ที่ให้ความใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับสปาไทยมีเอกลักษณ์ในการใช้ภูมิปัญญาไทย อภัยาศัยเมตรี และการบริการ ที่เอาใจใส่ของคนไทย ทำให้ธุรกิจสปาของไทยเป็นที่นิยมจาก ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ส่งผลให้ธุรกิจสปาไทยสามารถเป็นแหล่งสร้างรายได้ของประเทศ และส่งผลต่อเนื่องไปถึงอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมุนไพรไทย การท่องเที่ยว การโรงแรม เป็นต้น

สปาของไทยเป็นที่นิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลให้ธุรกิจสปาไทยสามารถเป็นแหล่งสร้างรายได้ของประเทศ และส่งผลต่อเนื่องไปถึงอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมุนไพรไทย การท่องเที่ยว การโรงแรม เป็นต้น ทั้งนี้สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ให้บริการในประเทศไทย จากการที่ธุรกิจสปาเป็นที่นิยมทั้งในหมู่ชาวไทย และนักท่องเที่ยว ส่งผลให้การบริการสปา มีความหลากหลาย โดยจากข้อมูลของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ พบว่า ในปี พ.ศ.2558 ประเทศไทยมีสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ได้ รับรองมาตรฐานแล้ว 1,609 แห่ง ในจำนวนนี้เป็นสปา 509 แห่ง นวดเพื่อสุขภาพ 1,070 แห่ง และนวดเพื่อเสริมสวย 30 แห่ง ซึ่งอยู่ในภูมิภาค 1,265 แห่ง ที่เหลืออีก 344 แห่ง อยู่ในกรุงเทพมหานคร

สปา ในประเทศไทยมีหลายแห่งที่ติดอันดับโลก และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมาอย่างต่อเนื่อง ที่ได้รับการกล่าวถึงจาก Trip Advisor ว่าเป็นโรงแรมในประเทศไทย ที่มีการให้บริการสปาที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะโรงแรมเดอะสยาม เป็นแห่งเดียวของไทยที่ติดอันดับของสปาในโรงแรม ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก อันดับ 6 หรือการจัด

10 อันดับสปาไทยที่ติดอันดับโลกของ Booking.co.th ในปี พ.ศ.2559 ได้แก่ Phothalal Leisure Park, Mulberry spa, Divana spa, The oasis spa, Spa ten, Let's Relax spa, Banyan tree spa, S Medical spa , Pranali wellness spa และ Chiva som ซึ่งส่วนใหญ่เป็น Day spa



ภาพที่ 1.10 สปา

นวดไทย ถือเป็นบริการเชิงสุขภาพที่โดดเด่นเป็นการผสมผสานภูมิปัญญา ด้านแพทย์แผนไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการนวดเพื่อแก้อาการ และผ่อนคลาย โดยการแก้ อาการจะเป็น การนวดเพื่อการรักษา ในขณะที่การนวดผ่อนคลาย เป็นรูปแบบการนวดที่ได้รับความนิยมในหมู่ ท่องเที่ยว พบว่า ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของไทยจะมีสถานบริการนวดแผนไทยอยู่เกือบทุกที่ จำนวน ผู้ประกอบการด้านการแพทย์แผนไทย ซึ่งมีนวดไทยเป็นส่วนหนึ่งของการแพทย์แผนไทย มีแนวโน้ม เพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ.2553 มีจำนวน 49,864 ราย เพิ่มขึ้นเป็น 58,681 ราย ในปี พ.ศ. 2556 (เพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.7)

การแพทย์แผนทางเลือก เป็นอีกทางเลือกสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ ไทย จากข้อมูลกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในปี พ.ศ.2553 มีผู้ประกอบการการแพทย์แผนทางเลือก จำนวน 4,810 ราย เพิ่มขึ้นเป็น 7,739 ราย ในปี พ.ศ.2558 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 60.9) โดยปัจจุบันการรักษา แบบแพทย์แผนทางเลือกได้รับความสำคัญจากคนทั่วโลกมากขึ้น และเห็นได้ทั่วไปในการนำมาเป็น ส่วนหนึ่งของการรักษาทางการแพทย์แบบป้องกัน และการแพทย์ผสมผสาน ระหว่างการแพทย์แผน ใหม่กับการแพทย์แผนทางเลือก เช่น การอบน้ำร้อน การใช้น้ำทะเลบริสุทธิ์มากระตุ้นการไหลเวียน ของโลหิต (Thalassotherapy) รีสอร์ทเพื่อสุขภาพ การทำสปาเชิงการแพทย์ (Medical spa) การทดสอบดีเอ็นเอ และการตรวจร่างกายประจำปี ซึ่งเป็นกิจกรรมคาบเกี่ยวระหว่างการป้องกัน และ การรักษา

ตารางที่ 1.1 แสดงขนาดมูลค่าตลาด และสัดส่วนมูลค่าตลาด ปี 2553-2556

รายการ	ขนาดมูลค่าตลาด/สัดส่วนมูลค่าตลาด				อัตราการเติบโต		
	2553	2554	2555	2556	2554	2555	2556
ขนาดมูลค่าตลาด ของธุรกิจสปาและ นวดแผนไทย (ล้านบาท)	3,509	3,419	3,117	3,469	-2.56	-8.81	11.27
ขนาดมูลค่าตลาด ของธุรกิจบริการ สุขภาพ (ล้านบาท)	132,223	146,097	169,291	140,968	10.49	15.88	-16.73
ขนาดมูลค่าตลาด ของธุรกิจสปาและ นวดแผนไทย (ล้านบาท)	3,509	3,419	3,117	3,469	-256	-8.81	-11.27
ขนาดมูลค่าตลาด ของธุรกิจบริการ สุขภาพ (ล้านบาท)	132,223	146,097	169,291	140,968	10.49	15.88	-16.73
สัดส่วนของธุรกิจ สปา และนวดแผน ไทยต่อธุรกิจบริการ สุขภาพทั้งหมด (%)	2.65	2.34	1.84	2.46	-11.82	-21.31	33.62

ที่มา: จากการคำนวณโดยใช้ข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
(2557, อ้างถึงใน สุเนตรตรา จันทบุรี, 2559, น. 55)

จากตารางที่ 1.1 แสดงมูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ที่คำนวณจากยอดรายได้รวมทั้งหมดของนิติบุคคล ซึ่งประกอบธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ที่ส่งรายงานงบการเงินแต่ละปีให้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ พบว่า ขนาดมูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยนั้นมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ.2556 มีมูลค่า ตลาดเท่ากับ 3,469 ล้านบาท เทียบกับ ปี พ.ศ. 2555 ซึ่งมีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,117 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 11.27 หลังจากที่มูลค่าตลาดได้ ลดลงติดต่อกันในปี พ.ศ. 2554 และ พ.ศ. 2555 และเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดหรือสัดส่วนของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยเทียบกับมูลค่าตลาดของธุรกิจบริการสุขภาพ โดยรวมแล้วจะพบว่า ในปี พ.ศ. 2556 มีสัดส่วนค่อนข้างน้อยมากคือ ร้อยละ 2.46 เท่านั้นแต่สัดส่วนดังกล่าวนี้ก็เพิ่มขึ้น จากปี พ.ศ. 2555 ที่มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.84 อย่างไรก็ตามยังมีข้อมูลของมูลค่าตลาดจากหน่วยงานอื่น เช่น จากกระทรวงพาณิชย์ พบว่า ธุรกิจสปาของไทยมีการเติบโต ร้อยละ 5-6 ต่อปีมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมนี้อยู่

ระหว่าง 15,000-16,000 ล้านบาทต่อปี และมีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติถึงร้อยละ 80 ต่อปี ซึ่งถือว่าเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ของธุรกิจสปา

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น รัฐบาล มีนโยบายที่จะผลักดันให้กลุ่ม Royal Coast (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง) เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชั้นนำในระดับโลก ตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ปี พ.ศ. 2559-2563 โดยมีวิสัยทัศน์ “การท่องเที่ยวพักผ่อน เพื่อสุขภาพชั้นนำของโลก” โดยจะพัฒนากลุ่ม Royal Coast (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง) เป็นเมืองจุดหมายปลายทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) การฟื้นฟูร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ (Body Soul and Mind) ที่จะเน้นเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ ที่มีคุณภาพ ฟ้าันกระยะยาว และเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม โดยมุ่งพัฒนาคุณภาพของการบริการของทุนมนุษย์ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความสามารถรองรับ นักท่องเที่ยวในระดับสากลได้

จากการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่ม Royal Coast (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง) ซึ่งมีจังหวัดที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีสถิติของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 9,591,753 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 37,869 ล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 1,463,809 คน และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 13,612 ล้านบาท (ดังตารางที่ 1.2)

ตารางที่ 1.2 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวปี 2559

จังหวัด	นักท่องเที่ยวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวน	รายได้ (ล้านบาท)
ประจวบคีรีขันธ์	4,028,053	19,640.36	979,141	9,879.80
เพชรบุรี	5,563,700	18,229.07	484,668	3,732.40
รวม	9,591,753	37,869	1,463,809	13,612

ที่มา: กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2560)

จากความสำคัญดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “การสร้างคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ ในจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์” เนื่องจากเป็นพื้นที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาลที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะมารักษาและฟื้นฟูสุขภาพได้ อีกทั้งยังมีสปาเพื่อบริการในการส่งเสริมสุขภาพอีกเป็นจำนวนมากที่มีชื่อเสียง ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาให้สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถที่จะสร้างประสบการณ์และสร้างคุณค่าจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่จะสามารถสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กับประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สปาในจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์
4. เพื่อหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

มีตัวแปรที่ต้องการศึกษาดังนี้

- 1) ตัวแปรต้น ประกอบไปด้วย
 - ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ประเทศ อายุ เพศ การศึกษา ระดับรายได้)
 - ลักษณะบุคลิกลักษณะ (ความสนใจทางการท่องเที่ยว)
 - วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 2) ตัวแปรอิสระ
 - ความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - ความสนใจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - ทัศนคติที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - ความต้องการสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.2 การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

มีตัวแปรที่ต้องการศึกษาดังนี้

- 1) ตัวแปรต้น ประกอบไปด้วย
 - ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ประเทศ อายุ เพศ การศึกษา ระดับรายได้)
 - รูปแบบการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 2) ตัวแปรอิสระ
 - ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ

1.3 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในห้องพักของโรงแรม ได้แก่ แชมพู ครีมนวดผม โลชั่น และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาของโรงแรม ได้แก่ น้ำมันนวดตัว Bath Bomb และ Scrub ขัดผิว

1.4 การหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

มีตัวแปรที่ต้องการศึกษา คือ แนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางไปใช้บริการเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และชาวต่างชาติ 400 คน

2.2 การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

ประชากร คือ สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 10 แห่ง

2.3 การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 20 คน ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ชุมชน ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มแม่บ้าน

2.4 การหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 20 คน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ชุมชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ครอบคลุมจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

สมมุติฐานการวิจัย

H₁: เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

H₂: อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

H₃: ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

H₄: อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

H₅: รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

H₆: ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

H₇: ความไม่แปรเปลี่ยน (Invariance) เชิงโครงสร้างของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ความพึงพอใจในการใช้บริการผลิตภัณฑ์สปาและรูปแบบกิจกรรมของสปาระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่แตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ / หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ เป็นต้น

สปา (Spa) หมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีตามธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัด ควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีทางการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียงและสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์

นักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง มีศักยภาพสูงในการใช้จ่ายใช้สอย

การสร้างคุณค่า (Value creation) หมายถึง การผลิต การตลาด การขาย และการบริการ เพื่อที่จะส่งมอบคุณค่าให้ผู้บริโภคตามที่ได้ประกาศเป็นความมุ่งมั่นไว้ แผนงานการผลิตจะต้องเป็นไปตามพันธกิจ วิสัยทัศน์และนโยบายขององค์กร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) เป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้สามารถสร้างรายได้สูงขึ้น

2) โรงพยาบาล ศูนย์บริการทางการแพทย์ สามารถนำองค์ความรู้และข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนเพื่อปรับกลยุทธ์และเพิ่มการให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ

3) ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว องค์กรพัฒนาเอกชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน และหน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในหน่วยงานเพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ

4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนารูปแบบและกิจกรรมทางเลือกใหม่เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสและกระตุ้นตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast ที่มุ่งเน้นจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับนักท่องเที่ยวกำลังซื้อสูงชาวต่างชาติ

2. ด้านธุรกิจท่องเที่ยว

1) สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สามารถนำองค์ความรู้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนเพื่อพัฒนาพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพได้

2) สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบใหม่ๆ ที่เน้นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ

3. ด้านชุมชน

1) สังคมและชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยตรง โดยเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและให้ความรู้กับชุมชน ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังเป็นการสร้างรายได้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการบิน ที่พักแรม อาหาร รถเช่า บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และอื่น ๆ

2) ชุมชน สังคม และท้องถิ่น สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคหรือจังหวัดอื่นๆ ได้ ก่อให้เกิดการอนุรักษ์และความภาคภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ร่วมกัน ร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง

4. ด้านวิชาการ

1) ด้้องค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำไปสู่การวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพ

2) ด้้องค์ความรู้เกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำไปสู่การวางแผนเพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ

3) ด้บ้ทความเชิงวิชาการจำนวน 1 เรื่อง

4) ด้ฝักอบรมให้ความรู้กับ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็น โรงพยาบาล สปา โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และบริษัทนำเที่ยว รวมถึง ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เกี่ยวกับ “การสร้างคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์”

5. ด้านบูรณาการความร่วมมือ

เป็นการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ โรงพยาบาล สปา โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และบริษัทนำเที่ยว รวมถึง ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อจะร่วมกันสร้างคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ