



Received: 15 March 2023

Revised: 12 May 2023

Accepted: 26 May 2023

STRATEGIES OF WELLNESS TOURISM ESTABLISHMENTS IN THE EASTERN SEABOARD TOURISM DEVELOPMENT ZONE OF THAILAND

Chainarong CHAICHINDA¹, Vichit U-ON¹ and Pharin THANONTHAWEEKUL¹

¹ Graduate College of Management, Sripatum University, Thailand; c.chainarong71@gmail.com

(C. C.); vichit.uo@spu.ac.th (V. U.); pharin.tha@spu.ac.th (P. T.)

Handling Editor:

Associate Professor Dr.Piyakorn WHANGMAHAPORN Sripatum University, Thailand

(This article belongs to the Theme 1: Humanities & Social Sciences for Sustainable Development)

Reviewers:

- | | |
|--|--|
| 1) Assistant Professor Dr.Bungon SAWATSUK | University of Phayao, Thailand |
| 2) Assistant Professor Dr.Theerut MUENWONGTHEP | University of Phayao, Thailand |
| 3) Dr.Hareuthai PANYARVUTTRAKUL | Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand |

Abstract

This research article aims to 1) study the strategies of wellness tourism establishments in the eastern seaboard tourism development zone of Thailand, 2) to study factors influencing the selection of wellness tourism establishments in the eastern seaboard tourism development zone of Thailand, and 3) study strategies for wellness tourism in the eastern seaboard tourism development zone of Thailand. The study discovered that 1) medical tourism establishments in the eastern seaboard tourism development zone have 18 strategies, 2) factors influencing medical tourism establishment selection in the eastern seaboard tourism development zone have 24 factors, and 3) medical tourism strategies in the eastern seaboard tourism development zone have 13 strategies. At the same time, there are 4 recommendations for the government sector and 9 recommendations for entrepreneurs.

Keywords: Strategy, Entrepreneurs, Wellness Tourism, Eastern Seaboard Tourism Zone

Citation Information: Chaichinda, C., U-on, V., & Thanonthaweekul, P. (2023). Strategies of Wellness Tourism Establishments in the Eastern Seaboard Tourism Development Zone of Thailand. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 12(1), 261-272. <https://doi.org/10.14456/jirgs.2023.23>

กลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย

ชัยณรงค์ ชัยจินดา¹, วิชิต อุ๋อัน¹ และ ภาริน ธนทวีกุล¹

1 วิทยาลัยบัณฑิตด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม; c.chainarong71@gmail.com (ชัยณรงค์);

vichit.uo@spu.ac.th (วิชิต); pharin.tha@spu.ac.th (ภาริน)

บรรณาธิการผู้รับผิดชอบบทความ:

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

(บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของหัวเรื่องที่ 1: มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน)

ผู้ทรงคุณวุฒิผู้พิจารณาบทความ:

1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บงกช สวัสดิ์สุข

มหาวิทยาลัยพะเยา

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรุตม์ หมีนวงษ์เทพ

มหาวิทยาลัยพะเยา

3) อาจารย์ ดร.หทัย ปัญญาวุธตระกูล

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย และ 3) ศึกษากลยุทธ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า 1) กลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย 18 กลยุทธ์ 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย 24 ปัจจัย และ 3) กลยุทธ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย 13 กลยุทธ์ ในขณะเดียวกันก็มีข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ 4 ประเด็น และมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการอีก 9 ประเด็น

คำสำคัญ: กลยุทธ์, สถานประกอบการ, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, การท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก

ข้อมูลการอ้างอิง: ชัยณรงค์ ชัยจินดา, วิชิต อุ๋อัน และ ภาริน ธนทวีกุล. (2566). กลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 12(1), 261-272. <https://doi.org/10.14456/jirgs.2023.23>

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

บทนำ

ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวทั่วโลกได้มีการปรับเปลี่ยนไปจากในอดีตอันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 อย่างต่อเนื่องในหลายปีที่ผ่านมา ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกลดลงไปมากกว่าร้อยละ 80 และส่งผลกระทบต่อรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกให้ลดลงไปมากกว่า 1,100 ล้านเหรียญสหรัฐ (Lee, 2019) แต่ในแง่ของการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้และการกระจายรายได้แก่ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว โดยที่การท่องเที่ยวมูลค่าสูงมีแนวโน้มในการขยายตัวมากขึ้นในทุกปี เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมุ่งแสวงหาความพึงพอใจจากการได้รับบริการที่ดีเยี่ยม มุ่งเน้นการให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าเป็นหลัก (United Nations, 2019) ซึ่งการท่องเที่ยวที่กำลังมาแรงและได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) โดยปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมการแพทย์ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการให้บริการเชิงสุขภาพเพื่อฟื้นฟูและบำรุงสุขภาพ และในปัจจุบันมีมูลค่าประมาณ 1,604 พันล้านบาท ซึ่งประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 285 พันล้านบาท หรือร้อยละ 15.6 ของรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม และมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 7.5 ต่อปี โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูงในประเทศไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน และฝรั่งเศส (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

ในส่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย รัฐบาลได้มุ่งเน้นการยกระดับความปลอดภัย ความสะอาดและความเป็นธรรม ไม่ให้เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ร่วมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยชุมชน เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนกลุ่มเชิงสุขภาพ โดยมีพหุวิทยา สัตหีบ และระยอง เป็นแนวทางการท่องเที่ยวหลัก ขยายสู่เชิงเขาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและเชื่อมโยงกับกลุ่มภูเขาและเวียตนาม เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ให้เป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพหรือเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพ โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวประเภท Theme Park หรือ Water Park ซึ่งการตัดสินใจเลือกของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับแรงจูงใจหรือแรงผลักดันจากห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) แต่จากผลการศึกษาของนักวิชาการหลายจากหลายสำนักที่แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยยังประสบกับปัญหาหลายด้าน ซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบัน ยังคงทำได้ไม่ดีพอและยังขาดความสามารถในการแข่งขันในระดับสูงกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียนและในระดับโลก เช่น ผลการศึกษาของ ศิริภา จิตผ่อง (2561) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความกังวลเกี่ยวกับสภาพความปลอดภัยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ด้านการเอารัดเอาเปรียบในการซื้อสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัยในทรัพย์สิน และด้านความปลอดภัยในชีวิต ในขณะที่ ผลการศึกษาของ จุไรรัตน์ ฉิมพาลี (2563) พบว่า ปัจจุบันการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของไทยยังขาดการประชาสัมพันธ์และการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ตามยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ในขณะที่ระบบสาธารณสุขที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพอาจจะยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้กลุ่มคนที่มีกำลังซื้อต้องเดินทางไปรับการรักษาพยาบาลยังต่างประเทศแทนที่จะเลือกใช้บริการในเมืองไทย มากกว่านั้น บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพยังประสบกับปัญหาด้านการสื่อสารโดยใช้ภาษาต่างประเทศอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิรา รินทร์ศรี และ ลักษมี งามมีศรี (2561) ที่พบว่า การรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว และมีผลกับการปักค้ำคืนในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มากกว่านั้นสื่อวิทยุกระจายเสียงมีผลกับรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยว การปักค้ำคืนและงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อการปักค้ำคืนในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและงบประมาณในการเดินทาง แต่อย่างไรก็ตามผลการศึกษาของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561) ก็พบว่า แม้บริการเชิงสุขภาพจะมีหลากหลาย แต่ยังมีขนาดทางตลาดเล็กกว่าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ค่อนข้างมาก ซึ่งสวนทางกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

จากผลการศึกษานักวิชาการหลายท่านในข้างต้น เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้มีความสามารถทางการแข่งขันมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและจากต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งหมายที่จะศึกษาถึงปัจจัยรวมถึงกลยุทธ์ต่างๆ ที่สำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเลือกสถานที่ให้บริการด้านสุขภาพและกลยุทธ์การดำเนินกิจการ โดยเลือกที่จะศึกษาในพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดพังงาและทะเลตะวันออกของประเทศไทย และหวังว่าผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลที่สำคัญในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของสถานบริการด้านสุขภาพในพื้นที่จังหวัดพังงาและทะเลตะวันออกของประเทศไทยได้ รวมถึงมีคุณประโยชน์ในด้านวิชาการอื่นๆ โดยสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปพัฒนา บูรณาการ และศึกษาต่อยอดในทางวิชาการด้านอื่นๆ ได้ต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลยุทธ์ขององค์กรและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หลักการบริหารจัดการสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของสถานประกอบการ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมและการสังเคราะห์แนวคิดด้านต่างๆ ทำให้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้นี้ ผู้วิจัยสามารถจัดกลุ่มของกลยุทธ์หลักๆ ออกได้เป็น 8 กลยุทธ์ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นการใช้เงินของนักท่องเที่ยวทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการเพื่อสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งหมด 2) กลยุทธ์ด้านราคาและความคุ้มค่าที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการหรือซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิง 3) กลยุทธ์ด้านความหลากหลายและสะดวกสบายของช่องทางการชำระเงินหรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งหมดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4) กลยุทธ์ด้านการแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 5) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวทางแพทย์ที่ไทยมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ 6) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดเฉพาะเป้าหมาย 7) กลยุทธ์เชิงรับด้านการจัดโปรโมชั่นและกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วง Low season

กลุ่มที่ 2 กลยุทธ์ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้เกิดความสนใจ 2) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมความรู้ในด้านวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กลุ่มที่ 3 กลยุทธ์ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านการปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค 2) กลยุทธ์ด้านการคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม

กลุ่มที่ 4 กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากรและทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านการใช้พนักงานขายที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและมีความสามารถ 2) กลยุทธ์ด้านการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศของคนในองค์กรที่ 3) กลยุทธ์ด้านการทำงานเป็นทีม สร้างความร่วมมือกับทั้งภาครัฐ สถานศึกษาและคนในชุมชนรวมถึงความร่วมมือของนักท่องเที่ยวที่ 4) กลยุทธ์ด้านการขายโดยบุคคล เพื่อนำสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวขายตรงไปยังลูกค้าหรือผู้ที่คาดหวังจะเป็นลูกค้า

กลุ่มที่ 5 กลยุทธ์ด้านการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่เจาะตลาดกลุ่มผู้รักสุขภาพ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง 2) กลยุทธ์ด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว 3) กลยุทธ์ด้านการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรูปแบบใหม่ๆ บนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีศักยภาพ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

กลุ่มที่ 6 กลยุทธ์ด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านสุขภาพ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านการพัฒนาและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านแพทย์แผนไทยให้มีมาตรฐานระดับสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด 2) กลยุทธ์ด้านการรักษาลูกค้าเดิมและแสวงหาลูกค้าใหม่ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น 3) กลยุทธ์ด้านลูกค้า โดยการมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพสูง 4) กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการวิจัย การพัฒนา และการผลิตเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ 5) กลยุทธ์เชิงรุกด้านการพัฒนาแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการแจ้งภัย กรณีนักท่องเที่ยวประสบอุบัติเหตุ หรือมีอาการป่วยฉุกเฉิน

กลุ่มที่ 7 กลยุทธ์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปสู่ความยั่งยืน ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านการอำนวยความสะดวกด้านเอกสารต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้เป็นไปตามระเบียบและข้อกำหนดด้านกฎหมาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์ด้านการมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลาย โดยมีชุมชนเป็นผู้ขับเคลื่อน 3) กลยุทธ์ด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ เพื่อสร้างสมดุลให้กับทั้งร่างกาย จิตใจ

กลุ่มที่ 8 กลยุทธ์ด้านการลงทุนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านการลดการลงทุนหรือการขยายสาขาธุรกิจของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามภาวะเศรษฐกิจและผลกระทบที่เกิดจากการระบาดของ COVID-19 2) กลยุทธ์ด้านการกระประเมินแนวโน้มการขยายธุรกิจตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้นตามแนวโน้มในกระแสโลกของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

วิธีการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพราะผู้วิจัยต้องการมุ่งเน้นการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงลึกอย่างละเอียดแบบเผชิญหน้า (Face to face) กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความแม่นยำ ถูกต้องและสมบูรณ์มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ทั้งนี้ก็เพื่อให้สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ได้อย่างแม่นยำ เพื่อตอบคำถามหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ทุกประเด็น โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ควบคู่กับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับการศึกษาจากเอกสาร (Documentary study) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีรายละเอียดของข้อมูลรอบด้านในประเด็นที่ศึกษา โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารระดับสูงกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 1 คน และผู้บริหารการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 5 คน 2) ผู้บริหารกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ 1 ท่าน และศูนย์อนามัยที่ 6 ชลบุรี 1 คน 3) ผู้บริหารสถานประกอบการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จังหวัดละ 2 คน รวมจำนวน 8 คน (แพทย์แผนไทย อาหารสมุนไพร เกษตรธรรมชาติ นำพอร่อนและอบน้ำแร่ ผักสมาริ และบำเพ็ญภาวนา และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ) 4) บริษัทนำเที่ยวที่จัดให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จังหวัดละ 2 คน รวมจำนวน 8 คน และ 5) นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จังหวัดละ 4 คน รวมจำนวน 16 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารระดับสูงกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 1 คน และผู้บริหารการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 5 คน 2) ผู้บริหารสถานประกอบการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จังหวัดละ 2 คน รวมจำนวน 8 คน 3) บริษัทนำเที่ยวที่จัดให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขต

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

พัฒนาการท่องเที่ยวผิงทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จังหวัดละ 2 คน รวมจำนวน 8 คน และ 4) นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวผิงทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จังหวัดละ 4 คน รวมจำนวน 16 คน

โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องเป็นผู้บริหารระดับสูงที่มีความเกี่ยวข้องกับนโยบายและการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งในระดับประเทศและในระดับภาค โดยเฉพาะพื้นที่ผิงทะเลตะวันออกของประเทศไทย 4 จังหวัด ประกอบด้วย ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด 2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องเป็นผู้บริหารสถานประกอบการหรือบริษัททัวร์ที่จัดให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวผิงทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด 3) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวผิงทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด และใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการและมีความเกี่ยวข้องกับสาระและเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยระยะที่ 1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นข้อมูลระดับปฐมภูมิที่สามารถศึกษาได้จากเอกสารรูปแบบของเล่มที่เผยแพร่โดยหน่วยงานราชการและองค์กรทั่วไป อีกทั้งยังรวมไปถึงบทความและเอกสารในรูปแบบสื่อดิจิทัลที่มีการเผยแพร่ทั่วไปในพื้นที่ออนไลน์แบบสาธารณะ โดยการวิจัยในระยะที่ 1 เริ่มต้นจากการใช้วิธีการวิเคราะห์แม่แบบ Template analysis ซึ่งวิธีการนี้เป็นการสร้างกลุ่มหรือประเภทข้อมูลขึ้นมาตามที่คุณผู้วิจัยได้วิเคราะห์ ซึ่งเป็นการศึกษาจากข้อมูลที่มีอยู่หรือที่แสวงหามาได้ ร่วมกับการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปและค้นหาลักษณะที่ต้องการได้อย่างถูกต้องมากขึ้นได้ (Saunders et al., 2009) และเมื่อได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ในภาพกว้างที่เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว จึงได้ทำการสรุปประเด็นที่สำคัญเพื่อใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย และเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและจริยธรรมของเครื่องมือวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมของเครื่องมือวิจัยที่ได้รับการแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ก่อนนำไปใช้จริง

วิธีการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยระยะที่ 2 เป็นขั้นตอนของการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้งในด้านการท่องเที่ยวของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของสถานประกอบการ และกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวผิงทะเลตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีโครงสร้างที่แน่นอนที่ได้จากการวิจัยในระยะที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลในหลายภาคส่วนที่มีลักษณะงานที่แตกต่างกันซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมิติ และสามารถเพิ่มความครบถ้วนสมบูรณ์ให้ผู้ให้ข้อมูลการวิจัยในระยะนี้ได้ โดยในระยะที่ 2 นี้ มีผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 38 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยต้องเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญเริ่มต้นที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ โดยจะต้องเป็นผู้บริหารสถานประกอบการหรือบริษัททัวร์ และนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวผิงทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในการวิจัยระยะที่ 2 จะนำไปใช้เป็นประเด็นในการสนทนากลุ่ม (Focus group) ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันผลการวิจัยในระยะที่ 1 และ 2 รวมถึงเป็นการให้ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยครั้งนี้

วิธีการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยระยะที่ 3 ขั้นตอนของการดำเนินการทำกิจกรรมการสนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 38 คน เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญที่มีความละเอียดและครอบคลุมในมิติที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมถึงเป็นการนำเสนอข้อโต้แย้งอื่นๆ ที่อาจจะถูกมองข้ามไปในระหว่างกระบวนการวิจัย ในขณะที่เดียวกันข้อเสนอแนะและคำแนะนำต่างๆ ที่ได้รับการ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

สนทนากลุ่ม จะช่วยให้เกิดการปรับปรุงการวิจัยให้มีความถูกต้องและมีความแม่นยำ น่าเชื่อถือมากขึ้นด้วย โดยในระยะที่ 3 นี้ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมการสนทนากลุ่มทั้งสิ้นจำนวน 38 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยจะต้องเป็นผู้บริหารสถานประกอบการหรือบริษัททัวร์ และนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการสนทนากลุ่มในการวิจัยระยะที่ 3 จะเป็นข้อมูลสำคัญในการนำไปสรุปร่วมผลร่วมกับผลการวิจัยในระยะที่ 2 แล้วจึงทำการการวิเคราะห์ สังเคราะห์และเรียบเรียงในกระบวนการวิจัยระยะที่ 4 ต่อไป

วิธีการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยระยะที่ 4 ขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยระยะที่ 2 หรือข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิจัยระยะที่ 3 หรือข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม โดยข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยการบันทึกและถอดความออกมาอย่างละเอียด จะถูกนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์และเรียบเรียงผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content analysis) เพื่อทำการสรุปผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลสำหรับตอบคำถามของการวิจัยหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นสำคัญ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยระยะที่ 4 จะเป็นข้อมูลสำคัญในการจัดทำรายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ในขั้นตอนต่อไป

วิธีการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยระยะที่ 5 การจัดทำรายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ และการนำเสนอผลการวิจัย

การพิทักษ์สิทธิ์

การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยคำนึงถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณนักวิจัย จึงมีการพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1) ส่งโครงร่างวิจัยที่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการประเมินงานวิจัยด้านจริยธรรมของมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ตามรหัสหนังสือรับรองเลขที่ (COA. NO. SPUCIRB-2023-003) ให้กับผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่าน
- 2) ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินการวิจัยในจดหมายทุกฉบับ และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนเข้าร่วมโดยสมัครใจ โดยระบุข้อมูลที่อาจจะเก็บเป็นความลับปกปิดแหล่งข้อมูลอย่างเคร่งครัด และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายใดๆ ทั้งต่อบุคคลและองค์กร

ผลการวิจัย

กลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพัฒนาบุคลากรและทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการด้านสุขภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปสู่ความยั่งยืน การลงทุนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การบริการผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาด้านสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ความคุ้มค่าของบริการและผลิตภัณฑ์กับค่าใช้จ่าย การสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในสถานประกอบการ การสร้างคุณค่าบริการและผลิตภัณฑ์ การสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและเอกลักษณ์เฉพาะของสถานประกอบการ การใช้สิ่งแวดล้อมบำบัดควบคู่กับการรักษาทางการแพทย์ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในส่วนของเห็นจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นพ้องต้องกันว่า กลยุทธ์แต่ละกลยุทธ์มีความสำคัญในแต่ละมิติที่แตกต่างกัน เพียงแต่ผู้ประกอบการจะต้องชั่งน้ำหนักให้ได้ว่าประเด็นใดจะต้องให้ความสำคัญก่อนหลัง เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดการดำเนินงานประมาณและทรัพยากรอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้ดีว่า กลยุทธ์ด้านใดที่จะต้องให้ความสำคัญในอันดับใด อะไรคือสิ่งที่สถาน

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

ประกอบการแต่ละแห่งยังขาดหรือยังทำได้ไม่เต็มที่ ก็เลือกกลยุทธ์ต่างๆ เหล่านี้มาปฏิบัติเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดบริการเชิงสุขภาพได้อย่างยั่งยืนต่อไป กลยุทธ์ด้านต่างๆ จึงจำเป็นที่จะต้องถูกนำมาปฏิบัติควบคู่กันไป และจะต้องมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับบริบท วิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพของบุคลากร สถานที่สิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการสถานบริการสุขภาพ การตลาด ทำเลและที่ตั้ง ภาษาและการสื่อสาร ความปลอดภัย สภาพเศรษฐกิจสภาพร่างกายและอายุของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย สุขอนามัยของสถานบริการ นโยบายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในสถานประกอบการ คุณค่าและประสบการณ์ที่ได้รับ ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม การบำบัดด้วยธรรมชาติ ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี การตอบสนองต่อความต้องการ ความต้องการทางร่างกาย และการบอกต่อแบบปากต่อปาก ในส่วนของเห็นจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นพ้องต้องกันว่า ปัจจัยแต่ละปัจจัยมีความสำคัญต่อการปรับปรุงและพัฒนาสถานประกอบการในแต่ละพื้นที่และแต่ละมิติที่แตกต่างกัน เพียงแต่ผู้ประกอบการจะต้องชั่งน้ำหนักให้ดีว่าปัจจัยใดจะต้องให้ความสำคัญก่อนหลัง เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดการด้านงบประมาณและทรัพยากรอื่นๆ เพื่อการขับเคลื่อนและปรับปรุงองค์กรตามปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้ดีว่า ปัจจัยด้านใดที่จะต้องให้ความสำคัญในอันดับใด อะไรคือสิ่งที่สถานประกอบการแต่ละแห่งยังต้องปรับปรุงก่อนหลัง การประยุกต์ใช้ปัจจัยต่างด้านต่างๆ ทั้งด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจในสถานประกอบการคุณค่าและประสบการณ์ที่จะได้รับหลังจากการรับบริการของนักท่องเที่ยว รวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านต่างๆ ที่จะต้องทำให้เกิดความไว้วางใจกับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นที่จะตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ผ่านคุณภาพทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยวสินค้าและบริการทั้งหมด รวมถึงด้านคุณภาพของอาหารการกินและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ใส่ใจในสุขภาพเป็นสำคัญ ดังนั้นปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ประกอบการจะนำมาเป็นสารตั้งต้นในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรจะต้องมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับบริบท วิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงสภาพเศรษฐกิจในช่วงเวลานั้นๆ ด้วย ปัจจัยในแต่ละด้านจึงมีความสำคัญในแต่ละมิติแตกต่างกัน

กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ประกอบด้วย กลยุทธ์ทั้งด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คุณภาพสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การจัดการสถานที่และทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ราคาและความคุ้มค่าที่เกิดจากการรับบริการด้านสุขภาพ การนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คำปรึกษาด้านสุขภาพกับนักท่องเที่ยว การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจให้บริการด้านสุขภาพ การพัฒนาบุคลากรทั้งด้านความรู้ ความสามารถและทักษะ การสร้างความแตกต่างของทั้งบริการและผลิตภัณฑ์ การนำเสนอบริการและกิจกรรมด้านสุขภาพที่มีคุณภาพ เน้นคุณค่าที่น่าสนใจ ความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการสร้างความจงรักภักดีให้กับตราสินค้าที่มีความโดดเด่น ในส่วนของเห็นจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นพ้องต้องกันว่าทั้งกลยุทธ์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวยังคงเป็นสิ่งจำเป็นและภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือกันเพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่แพ้การท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ในขณะเดียวกัน ดังนั้น จะเห็นได้ว่า กลยุทธ์แต่ละกลยุทธ์ที่ผู้วิจัยได้ค้นพบและได้นำเสนอมานั้น ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในแต่ละมิติที่แตกต่างกัน ซึ่งกลยุทธ์ด้านต่างๆ จำเป็นที่จะต้องถูกนำมาปฏิบัติอย่างระมัดระวังภายใต้ข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านสุขภาพ โดยภาครัฐ ผู้ประกอบการในธุรกิจการบริการสุขภาพ และชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยทั้งหมด ก็ควรจะพิจารณานำกลยุทธ์ต่างๆ เหล่านี้ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย สอดคล้องกับทั้งบริบท วิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้ก็เพื่อให้สามารถเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั่นก็คือ ความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมนั่นเอง

สรุปและการอภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย

กลยุทธ์แต่ละกลยุทธ์มีความสำคัญในแต่ละมิติที่แตกต่างกัน เพียงแต่ผู้ประกอบการจะต้องชั่งน้ำหนักให้ดีว่า ประเด็นใดจะต้องให้ความสำคัญก่อนหลัง เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดการด้านงบประมาณและทรัพยากรอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้ดีว่า กลยุทธ์ด้านใดที่จะต้องให้ความสำคัญในอันดับใด อะไรคือสิ่งที่สถานประกอบการแต่ละแห่งยังขาดหรือยังทำได้ไม่เต็มที่ ก็เลือกกลยุทธ์ต่างๆ เหล่านี้มาปฏิบัติเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดบริการเชิงสุขภาพได้อย่างยั่งยืนต่อไป กลยุทธ์ด้านต่างๆ จึงจำเป็นที่จะต้องถูกนำมาปฏิบัติควบคู่กันไป ซึ่งจะส่งเสริมซึ่งกันและกันได้ ดังนั้นกลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้ประกอบการจะนำมาประยุกต์ใช้ก็จะต้องมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับบริบท วิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริกันต์ สิทธิไทย (2564) ที่พบว่า กลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ใช้ในปัจจุบัน ประกอบด้วย กลยุทธ์การขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการธุรกิจที่ทำอยู่ กลยุทธ์ การลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิม และขยายตัวธุรกิจไปยังธุรกิจใหม่ที่ไม่เกี่ยวกับธุรกิจเดิมที่มี กลยุทธ์การหาพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงแรมร่วมกับโรงพยาบาลเพื่อสร้างความแข็งแกร่งและช่วงชิงอำนาจการแข่งขันในตลาด และกลยุทธ์ตัวเองแบบถดถอย การลดการลงทุนในการขยายสาขา เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ ปิยธิดา ศรีพล และคณะ (2562) ที่พบว่า กลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะประกอบไปด้วย 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 2) กลยุทธ์ด้านสถานที่และการจัดการ 3) กลยุทธ์ด้านราคาและความคุ้มค่า 4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) กลยุทธ์ด้านบุคลากร 6) กลยุทธ์ด้านพันธมิตร (Partnership) 7) กลยุทธ์ด้านการนำเสนอ 8) กลยุทธ์ด้านผู้ให้ปรึกษา 9) กลยุทธ์ด้านการชำระเงิน และ 10) กลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในขณะเดียวกัน สุตินา อ่อนแก้ว (2563) ก็พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวไทยมีความสามารถทางการแข่งขันได้ เริ่มจากการให้บริการอย่างประทับใจ การรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม การสร้างความยั่งยืน และการทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เมธี จันทะ และคณะ (2563) ที่พบว่า กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยได้ 6 กลยุทธ์ได้แก่ 1) รัฐบาลต้องสนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 2) รัฐบาลควรผลักดันให้การบริการเชิงสุขภาพของไทยเป็นการแพทย์ทางเลือกให้กับกลุ่มเป้าหมาย 3) รัฐบาลส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในประเทศให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่น บ่อน้ำพุร้อน 4) รัฐบาลต้องสนับสนุนการทำวิจัยและเพิ่มพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 5) ประชาสัมพันธ์การแพทย์แผนไทยและสมุนไพรไทยสู่สากล และ 6) ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ในฐานะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดีที่สุดในโลกในทุกช่องทางสื่อสารผ่านทางตัวแทน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย

ปัจจัยแต่ละปัจจัยมีความสำคัญต่อการปรับปรุงและพัฒนาสถานประกอบการในแต่ละพื้นที่และแต่ละมิติที่แตกต่างกัน เพียงแต่ผู้ประกอบการจะต้องชั่งน้ำหนักให้ดีว่าปัจจัยใดจะต้องให้ความสำคัญก่อนหลัง เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดการด้านงบประมาณและทรัพยากรอื่นๆ เพื่อการขับเคลื่อนและปรับปรุงองค์กรตามปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้ดีว่า ปัจจัยด้านใดที่จะต้องให้ความสำคัญในอันดับใด อะไรคือสิ่งที่สถานประกอบการแต่ละแห่งยังต้องปรับปรุงก่อนหลัง ดังนั้นปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ประกอบการจะนำมาเป็นสารตั้งต้นในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรจะต้องมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับบริบท วิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงสภาพเศรษฐกิจในช่วงเวลา

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

นั้นๆ ด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จินตนา สุริยะศรี (2564) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านการให้บริการ 2) ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3) ปัจจัยด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ และ 4) ปัจจัยด้านสถานที่ ในส่วนความเห็นของ ชิดชม กันจุฬา (2563) มองว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ปัจจัยด้านบุคลากร 6) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ 7) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในขณะที่ อุษณีย์ ผาสุข และ ดวงดาว โยชิตะ (2562) ก็กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 2) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ด้านคุณภาพและความหลากหลายของการท่องเที่ยว 3) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ด้านคุณค่าและประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว 4) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ 5) ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งก็สอดคล้องกับความเห็นของ พิชัย ชลวิหารพันธ์ และ ปภาภรณ์ ชุณหะวัณชัย (ม.ป.ป.) ที่มองว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ประเทศหรือจุดหมายปลายทางที่ไม่ไกลเกินไป 2) งบประมาณการรักษา 3) ประเทศที่เป็นศูนย์กลางที่สามารถติดต่อกับประเทศอื่นๆ ได้สะดวก และ 4) การสื่อสารที่ไม่เป็นอุปสรรคสำหรับชาวต่างชาติ สอดคล้องกับ จุมจาร์ ปาลอภิไทร และ ณัฐพร อธิสุวรรณ กัง (2564) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะเลือกสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวจาก 1) บุคลากรที่มีคุณภาพ 2) สถานที่และสิ่งแวดล้อม 3) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ และ 4) ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ส่วน นภาพร จันทรณาย (2563) มองว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ความเอาใจใส่ 2) ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า 3) สภาพแวดล้อมที่สามารถรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า และ 4) การตอบสนองต่อลูกค้า ในขณะที่ ภักดี กลั่นภักดี และคณะ (2563) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การพัฒนาคุณภาพการบริการ 2) กลยุทธ์การตลาดบริการ 3) การสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และ 4) รูปแบบการบริการหรือผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย ทั้งด้านการ การตลาด คุณภาพสินค้าและบริการ การสถานที่และทรัพยากรเทคโนโลยีและนวัตกรรม ราคาและความคุ้มค่า การนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คำปรึกษาด้านสุขภาพกับนักท่องเที่ยว การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การพัฒนาบุคลากร การสร้างความแตกต่าง ความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการสร้างความจงรักภักดีให้กับตราสินค้าที่มีความโดดเด่น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศันสนีย์ กระจ่างโณม และ กรวรรณ สังขกร (2563) ซึ่งให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพส่วนใหญ่ชอบศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์และการบอกต่อเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัวและเพื่อน นิยมพักโรงแรมและรีสอร์ท ยกเว้น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุมักเช่าคอนโดมิเนียมอยู่ระยะยาว ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ฟันฟูร่างกายและจิตใจ และชื่นชมธรรมชาติของภาคเหนือ กิจกรรมด้านสุขภาพที่นักท่องเที่ยวสนใจ ได้แก่ การนวด การทานอาหารพื้นเมืองและอาหารสุขภาพ สปา และอาบน้ำแร่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มมาเป็นอันดับแรก นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการด้านการบริการของบุคลากรที่มีความสุภาพ อ่อนน้อม เอาใจใส่ในการให้บริการ และการทำความสะอาดอุปกรณ์และเครื่องมือทุกครั้งหลังให้บริการ ในขณะเดียวกัน Bluebik (2564) ก็มองว่า กลยุทธ์องค์กรเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจเพื่อให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนได้ตามเป้าหมายและกรอบเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งสามารถแบ่งออกมาได้เป็น 3 ระดับ โดยระดับที่ 1 คือ กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ การมองภาพรวมเพื่อกำหนดเป้าหมายหลักขององค์กรและทิศทางในการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ ระดับที่ 2 คือ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ เป็นการสร้างจุดแข็งทางการแข่งขันในธุรกิจเพื่อที่จะให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนได้ตามเป้าหมาย และระดับที่ 3 คือ กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ เป็นการพัฒนาการ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

ทำงานของภายในองค์กรเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความเร็ว ประสิทธิภาพและการบริหารต้นทุน รวมไปถึงการระบุและจัดลำดับความสำคัญของการริเริ่มการปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดความพร้อมขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2560-2564. สืบค้นจาก www.mots.go.th/download/article/article_20171201174404.pdf.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). รายงานผลการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (ครั้งที่ 1). สืบค้นจาก www.lamphun.go.th/uploads/18/2020-04/8668754ac69e539bc3f87e067cd2337a.pdf.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). สถานการณ์การท่องเที่ยวเดือนมกราคม 2565. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). 9 แนวโน้มใหม่ในอนาคตการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จินตนา สุริยะศรี. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 1. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 3(3), 67-83.
- จุไรรัตน์ ฉิมพาลี. (2563). คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 6(3), 1-14.
- ชิตชม กันจุพา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา จังหวัดอ่างทอง. วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน, 2(2), 64-80.
- ฐมจारी ปาลอภิไทร และ ญัฐพร อธิสุวรรณ กัง. (2564). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยาศู่การใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 17(4), 69-79.
- นภาพร จันทร์ฉาย. (2563). ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพธุรกิจบริการเชิงสุขภาพ. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ปิยธิดา ศรีพล, รัชดา ภักดิ์ยิ่ง และ วรวิช โกวิทยากร. (2562). กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. วารสารวิชาการธรรมทรรศน์, 19(1), 123-132.
- พิชัย ชลวิหารพันธ์ และ ปภาภรณ์ ชุณหะวัณราชชัย. (ม.ป.ป.). ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โอกาสทองของไทย. สืบค้นจาก www.atta.or.th/?p=3882.
- ภักดี กลั่นภักดี, อัคริน แสงพิกุล และ ศิริเดช คำสุพรหม. (2563). การพัฒนาธุรกิจสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ระดับสากลในประเทศไทยสู่ความยั่งยืน. วารสารวิชาการสาธารณสุข, 29(6), 1147-1156.
- เมธี จันทะ, ญัฐกานต์ แหวนเพ็ชร และ สุทิวส์ สร้อยทอง. (2563). การศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, 10(2), 27-33.
- วชิรา รินทร์ศรี และ ลักษณะมี งามมีศรี. (2561). สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดนครสวรรค์. วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 8(3), 67-81.
- ศันสนีย์ กระจำจโณม และ กรวรรณ สังขกร. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพชาวไทย และชาวต่างชาติในภาคเหนือตอนบน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 40(1), 57-76.

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

ศิริภา จิตผ่อง. (2561). สภาพปัญหาความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สิริกันต์ สิทธิไทย. (2564). กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชุมชนในรูปแบบการพำนักระยะยาว (Long Stay Wellness Tourism) เพื่อความยั่งยืนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน. การค้นคว้าอิสระ การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุติมา อ่อนแก้ว. (2563). กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ: กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14(2), 273-289.

อุษณีย์ ผาสุข และ ดวงดาว โยชิตะ. (2562). ปัจจัยผลักดันและดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวสูงวัยชาวญี่ปุ่นในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 14(1), 114-124.

Bluebik. (2564). *Strategy Level* ระดับกลยุทธ์ทั้ง 3 ระดับ. สืบค้นจาก <https://bluebik.com/th/blogs/3027>.

Lee, H. (2019). *UNWTO Workshop on Product, People, and Policy: Understanding the Success of Asian Tourism*. Retrieved from www.unwto.org/asia/event/unwto-workshop-product-people-and-policy-understanding-success-asian-tourism.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. 5th ed. London: Pearson Education.

United Nations. (2019). *UN World Urbanization Prospects (2018)*. New York: United Nations.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).