

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียน

Development of Thailand's Health Tourism Potential as an ASEAN Hub

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัคดี มนะเวศ¹

¹อาจารย์, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

E-mail address: pmanahirunvet@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to study the Government's policies and strategies. Strengths and weaknesses Factors affecting the medical tourism and health tourism potential of the country Thailand ASEAN Center. A qualitative research by interviewing executives from government agencies. Travel agency groups and entrepreneurs involved in the health tourism industry. With a semi structure interviews. It was found that (1) to increase the competitiveness of business health. Promoting the development of health care systems and quality standards at the global level, and to promote the marketing and public relations, (2) highlight is a source of raw materials. Personnel who have specialized knowledge. Cons section is the lack of public relations. Not enough personnel. Lack of personnel, lack of English language skills for networking (3) Factors that affect a health tourism centre in the region is the diversity of the service rate, the expertise of the personnel, modern technology, and security. Cultural identity and local wisdom. Logistics network standards of enterprises and governmental support (4) guideline development is developing tourism information centre, human resources development. The formatting activity that stand out are acceptable. Plans and strategies and practices.

Keywords: Tourism potential; Health tourism; ASEAN Hub

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายและกลยุทธ์ของภาครัฐ จุดเด่นและจุดด้อย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มบริษัทนำเที่ยว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจสุขภาพ การส่งเสริมพัฒนาระบบบริการสุขภาพให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล และ การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ (2) จุดเด่นคือ เป็นแหล่งวัตถุดิบ มีบุคลากรผู้มีความรู้เฉพาะทาง ส่วนจุดด้อยคือ ขาดการ

ประชาสัมพันธ์ บุคลากรไม่เพียงพอ บุคลากรขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษ ขาดการสร้างเครือข่าย (3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอาเซียน คือ อัตราค่าบริการ ความหลากหลายของบริการ ความเชี่ยวชาญของบุคลากร ความทันสมัยของเทคโนโลยี การให้บริการ สถานที่และความปลอดภัย เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ระบบโลจิสติกส์ การสร้างเครือข่าย มาตรฐานของผู้ประกอบการ และการสนับสนุนของภาครัฐ (4) แนวทางในการพัฒนา คือ พัฒนาศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากร การจัดรูปแบบกิจกรรมที่มีความโดดเด่นเป็นที่ยอมรับ จัดทำแผนและกลยุทธ์การปฏิบัติ

คำสำคัญ: คักยภาพการท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ; ศูนย์กลางอาเซียน

บทนำ

ปัจจุบันประเทศต่างๆ ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพราะสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก จากการศึกษารายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) ได้พยากรณ์ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแปซิฟิก อีกทั้งกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีผู้นิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเปรียบเสมือนสินค้าและบริการชนิดหนึ่ง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบการวางแผนและดำเนินนโยบายเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวไทย และให้นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็จำเป็นต้องดึงดูดนักท่องเที่ยว

ต่างประเทศให้เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อบุคคล โทรทัศน์ นิตยสารการท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ แผนที่ ป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ฯลฯ ซึ่ง ศรัณญา วรากุลวิทย์ (2546: 77) ได้กล่าวถึงการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างจากการตลาดสินค้าอุตสาหกรรมทั้งนี้ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ผู้บริโภคไม่สามารถสัมผัสสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ที่แบ่งแยกไม่ได้ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันและเป็นผลิตภัณฑ์ที่สูญเสียได้ ดังนั้น การตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

จากกระแสการตื่นตัวของประชากรโลกที่ให้ความสนใจและพยายามแสวงหาการดูแลสุขภาพที่ดีกว่า เร็วกว่า ถูกกว่า ส่งผลให้ธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์และธุรกิจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพเติบโตขึ้นสูงมาก ทั้งนี้เป็นเพราะการเดินทางไปในที่ต่างๆ มีความสะดวกสบายมากขึ้น

รวมทั้งการติดต่อประสานงานและประชาสัมพันธ์ ผ่านการใช้ Internet มีความสะดวกรวดเร็ว ทำให้ เศรษฐกิจเชิงสุขภาพ (Wellness Economy) มี แนวโน้มเติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดการ ท่องเที่ยวแบบ Wellness Tourism โดยพบว่าในปี พ.ศ. 2559 ตลาด Wellness Tourism ของโลกมี มูลค่าประมาณ 569.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะ ในประเทศแถบเอเชียแปซิฟิก จึงถือเป็นโอกาสที่ ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคจะสามารถสร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ จากธุรกิจการดูแลสุขภาพ สุขภาพ รวมถึงธุรกิจและบริการที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ในหลายๆ ประเทศจึงพยายามผลักดันให้ตนเองเป็น ศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) โดยการ สร้างจุดเด่นและตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ที่แตกต่างกันเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการให้ เข้ามาในประเทศของตน โดยมีประเทศสำคัญใน ภูมิภาคที่มีศักยภาพในการแข่งขันและประกาศจะ เป็น Medical hub of Asia อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้ อินเดีย และประเทศไทย (ณัฐพล วุฒิรัก ขจร, 2559: 1)

กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ ประชาชนได้เดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยของตนไป ยังอีกสถานที่หนึ่งและพักอาศัยชั่วคราว โดยมี วัตถุประสงค์ต่างกัน เช่น เพื่อการพักผ่อนเพื่อการ พ่อนคลายความเครียด เพื่อสุขภาพ เพื่อ นันทนาการ เป็นต้น ทั้งนี้องค์การท่องเที่ยวโลกได้ กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 แบบเพื่อ ตอบสนองความต้องการท่องเที่ยว คือ (1) รูปแบบ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (2) รูปแบบการ

ท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม และ (3) รูปแบบการ ท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ซึ่งนักท่องเที่ยวมี แนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ เพิ่มขึ้น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 1; Global Wellness Institute, 2015; ณัฐวรร ดิ คณิตินสุทธิทอง, 2559)

การเติบโตของบริการสุขภาพในประเทศไทย เป็นผลมาจากการเติบโตของจำนวนผู้ป่วยที่ใช้ บริการทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งสะท้อน ได้จาก DFP ด้านรายจ่ายสุขภาพของไทยที่เพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2558 GDP ด้าน รายจ่ายสุขภาพของประเทศไทยมีมูลค่า 323,562 ล้าน บาท เพิ่มขึ้น 10,009 ล้านบาท จากปี พ.ศ. 2557 หรือร้อยละ 3.2 รวมทั้งในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2559 มูลค่า GDP รายจ่ายสุขภาพยังเติบโตด้วยมูลค่า 83,440 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 จำนวน 1,536 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.1 แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันประชากร ในประเทศให้ ความสำคัญด้านสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับ จำนวนผู้ป่วยต่างชาติที่เดินทางเข้ามารับการ รักษาพยาบาลในประเทศ (Medical Tourism) และ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ (Wellness Tourism) เพิ่มมากขึ้นทุกปี เนื่องจากจุดเด่นของประเทศไทยคือ มีโรงพยาบาล ที่ได้มาตรฐาน บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มี การบริการที่ดีและอัตราค่าบริการไม่สูงมากนัก สอดคล้องกับตัวเลขการเข้ามารับการรักษของผู้ป่วยต่างชาติในประเทศไทยที่มีแนวโน้มขยายตัว อย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1.7

ล้านครั้ง หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 19.2 จากปี พ.ศ. 2556 (ณัฐพล วุฒิวิรัชกร, 2559: 3) จากจุดแข็งในตลาดบริการสุขภาพเชิงรักษาของไทย ทำให้ธุรกิจที่อยู่ในส่วนของการบริการสุขภาพเชิงป้องกันเติบโตไปด้วย ประเทศไทยจึงได้มีการวางยุทธศาสตร์ใหม่เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วางยุทธศาสตร์ให้เป็นศูนย์กลาง (Hub) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งก็เป็นอีกมิติหนึ่งที่มีความท้าทายต่อการวางยุทธศาสตร์ของประเทศไทย เพราะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความหมายไปถึงการป้องกันสุขภาพ การให้ความสำคัญกับสภาพจิตใจ และการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เสริมสร้างสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้มีความสุขสงบ

แม้ว่าการให้ความสำคัญกับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งในระดับโลกและระดับนานาชาติ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และเห็นถึงศักยภาพของประเทศไทย ที่จะผลักดันให้เป็นศูนย์กลางของสุขภาพเพื่อการท่องเที่ยวแล้ว แต่ประเทศอื่นในอาเซียน และอาเซียนบวก เช่น สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ออสเตรเลีย เป็นต้น จัดเป็นประเทศที่มุ่งพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียน ซึ่งการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นสิ่งสำคัญในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียนที่มีทิศทางเดียวกัน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการค้นหาปัจจัยต่างๆ ที่จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนสำหรับผู้บริหารภาครัฐเพื่อพัฒนาประเทศให้มีจุดแข็งและ

เป็นที่น่าสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน ตลอดจนเป็นแนวทางในการที่ผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงการบริการให้มีศักยภาพในการรองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษานโยบายและกลยุทธ์ของภาครัฐในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2. เพื่อศึกษาจุดเด่นและจุดด้อยของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอาเซียน
4. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียน

การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยว

Matheson, A. and Wall, G. (1982: 21) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเคลื่อนที่ชั่วคราวของคน ที่มีจุดหมายปลายทางข้างนอกจากที่พักคือที่ทำงานหรือที่อยู่อาศัย มีกิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นในระหว่างที่พักที่ปลายทางนั้นและมีการจัดหาความสะดวกสบายเพื่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับ Oelkers (2007: 4) ซึ่งได้ให้ความหมายไว้ว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน(exchange) และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ารายบุคคล รวมทั้ง การเดินทางและธุรกิจการท่องเที่ยวด้วย คือ การตลาดการ

ท่องเที่ยวและการเดินทาง (travel and tourism marketing) กิจกรรมเหล่านี้การหาหรือกำหนดความต้องการของลูกค้า และการวางแผนตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า ขั้นตอนต่อไปคือ จัดหาสินค้าและบริการต่าง ๆ ในราคาของลูกค้าสามารถจ่ายใช้สอยได้ด้วยความเต็มใจ โดยการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ด้วยกัน 4 องค์ประกอบ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555: 4-8)

วารินทร์ มัชฌมบุรุษ (2552) ได้เสนอรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ (1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism) (2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism/village tourism) และ (3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย

(ethnic tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (longstay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M = meeting/I = incentive/C = conference/E = exhibition) และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

ห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น ลักษณะเด่นชัดคืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่รวบรวมบริการจากหลากหลายบริษัทหลากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งมอบบริการต่อกันเป็นช่วงๆ ในลักษณะแพ็คเกจย่อยๆ รวมกันล้วนแต่มีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีขอบเขตที่กว้างและมีผู้เกี่ยวข้องมากมาย ดังนั้น องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ UNWTO) จำแนกธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทแบบกว้างๆ ดังนี้ (1) ธุรกิจสนับสนุน คือ ธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจคมนาคมขนส่งรวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (2) ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร รวมถึงธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และ (3) ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง คือ ธุรกิจที่ได้รับประโยชน์หรือเกิดต่อเนื่องมาจาก

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนันทนาการ
ต่างๆ อาทิ ธุรกิจสวนสนุก ธุรกิจการกีฬาเพื่อการ
ท่องเที่ยว ธุรกิจสปาธุรกิจบันเทิง เป็นต้น รวมถึง
ธุรกิจสินค้าและของที่ระลึก

การพัฒนาศักยภาพ

ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความ
พร้อมในตัวของสิ่งหนึ่งสิ่งใด ที่จะเอื้ออำนวยต่อการ
พัฒนา การปรับปรุงการจัดการ หรือการเข้ามาทำ
ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยว
แต่ละแห่งจะมีศักยภาพในตัวเองที่ความแตกต่าง
กัน การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจึง
เป็นการพิจารณาความสามารถหรือความพร้อม
ของแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องต้น ว่าสมควรปรับปรุง
หรือพัฒนาในระดับใดที่เหมาะสม (วิวัฒน์ชัย บุญย
ศักดิ์, 2532: 42) เช่นเดียวกับ Noack (1987) ที่ให้
ความหมายของศักยภาพของสุขภาพ (Health
potential) หมายถึง ความสามารถ สมรรถนะ หรือ
รูปแบบเฉพาะของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับ
กับสิ่งแวดล้อม เพื่อจะดำรงหรือสร้างให้เกิดภาวะ
สมดุลใหม่ และยังได้ให้ความหมายของ ศักยภาพ
ของสุขภาพระดับชุมชน (Health balance of the
community level) คือ สมรรถนะ หรือกิจกรรมของ
ชุมชนที่ปกป้องหรือก่อให้เกิดความสมดุลของ
สุขภาพสำหรับสมาชิกในชุมชนนั้น เช่น นโยบายและ
การจัดการด้านสุขภาพ สัดส่วนการกระจาย
งบประมาณด้านสร้างเสริมสุขภาพ ด้านการป้องกัน
โรค และสวัสดิการสังคม ดังนั้น ศักยภาพ จึง
หมายถึง ความสามารถในการให้บริการเชิงส่งเสริม
สุขภาพหรือรักษาและฟื้นฟูสุขภาพแก่นักท่องเที่ยว
ของผู้ประกอบการ

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการ
ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจาก ข้อมูล 2 ส่วน คือ
ข้อมูลทุติยภูมิ ด้านสภาพแวดล้อมทางการตลาด
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และข้อมูลปฐม
ภูมิจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถาม
สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง พร้อมกับการสังเกต การ
เก็บภาพถ่ายทางกายภาพ เพื่อต้องการหาคำตอบใน 4
ด้าน คือ (1) นโยบายและกลยุทธ์ของภาครัฐในการ
สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (2) จุดเด่นและจุด
ด้อยของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (3) ปัจจัยที่ส่งผล
ต่อการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน
อาเซียน และ (4) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยเพื่อเป็น
ศูนย์กลางอาเซียน โดยดำเนินการศึกษาระหว่าง
เดือนตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2559

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ (1)
ผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ (ก) กระทรวง
สาธารณสุข ซึ่งมีหน้าที่ในการพัฒนาให้ประเทศไทย
เป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (ข)
กระทรวงท่องเที่ยวและการกีฬา ซึ่งมีหน้าที่กำหนด
นโยบาย ยุทธศาสตร์ และส่งเสริมงานทางด้านกา
รท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมี
หน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ โดย
สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 3 คน
ประกอบด้วย รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและ
กีฬา ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการบริหาร
ศูนย์กลางสุขภาพระหว่างประเทศ กระทรวง
สาธารณสุข และผู้อำนวยการกองส่งเสริมบริการ
การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2)

กลุ่มบริษัทนำเที่ยว จำนวน 5 คน และ (3) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือเพื่อเพิ่มศักยภาพ SMEs ไทย และกลุ่มผู้ประกอบการ ที่ร่วมกิจกรรม Business matching ในกลุ่ม Wellness เพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และทำการตรวจสอบสามเส้านำเสนอในรูปแบบพรรณนาโวหาร

ผลการวิจัย

1. นโยบายและกลยุทธ์ของภาครัฐในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

รัฐบาลไทยผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยวางยุทธศาสตร์ไว้ 3 ประการคือ (1) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจสุขภาพ (2) การส่งเสริมพัฒนาระบบบริการสุขภาพให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล และ (3) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาค ผ่านมาตรการยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับสากล ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาได้แก่ พัฒนามาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใช้มาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการนำมาตรฐานสากล (ISO): มาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพไปปรับใช้ เพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง

ตรวจสอบขั้นทะเบียน และจัดทำฐานข้อมูลสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการให้โดดเด่นและมีมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

2. จุดเด่นและจุดด้อยของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.1 จุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือการที่ประเทศไทยมีวัดคู่ดับที่สอดคล้องกับการส่งเสริมสุขภาพ เช่น วาน ผักสมุนไพรรักษาโรคต่างๆ โดยมีทั้งผู้ปลูก ผู้ผลิต ผู้นำเข้า สมุนไพร สารสกัดต่างๆ ผู้ผลิตยา นอกจากนี้ยังมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความรู้เฉพาะทางเช่น ศัลยแพทย์ ทันตแพทย์ หรือแพทย์เฉพาะทางต่างๆ รวมทั้งมีความรู้ผสมผสานระหว่างการรักษาแบบแพทย์แผนใหม่และแผนโบราณ ซึ่งบุคลากรของไทยยังเป็นผู้ที่มีทักษะด้านการบริการ มีความเป็นมิตรที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการ มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่ฟื้นฟูและบำบัดหลังการเข้ารับบริการทางสุขภาพ อัตราค่าบริการต่ำกว่าในกลุ่มประเทศอาเซียน

2.2 จุดด้อยของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ บุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีจำกัด ขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐเท่าที่ควร เช่น สิทธิพิเศษ อัตราภาษี การพัฒนาความรู้ เงินทุนสนับสนุน โดยเฉพาะมาตรการทางด้านกฎหมายซึ่งยังไม่ต่อผลผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและที่ขาดไม่ได้คือความร่วมมือระหว่างรัฐและ

เอกชนยังขาดการสร้างเครือข่ายระหว่าง
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอาเซียน

จากมุมมองของผู้บริหารของหน่วยงาน
ภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของประเทศไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียน
นั้นจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพดังนี้ (1) ราคาค่าบริการที่เหมาะสม
เหมาะสมเหตุผล หรือค่าใช้จ่ายบางกิจกรรมต่ำกว่า
กลุ่มประเทศอื่นในอาเซียน (2) มีการให้บริการที่
หลากหลาย และมีคุณภาพ ได้มาตรฐานสากล (3)
มีบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสนับสนุน ที่
มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (4) มีเทคโนโลยี
ทันสมัยในการให้บริการด้านต่างๆ (5) มีการต้อนรับ
ด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ให้บริการที่มีความเป็นมิตร
และดูแลเอาใจใส่จากจิตบริการ (6) มีสถานที่
ท่องเที่ยวสวยงาม และ (7) มีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา
ที่เป็นเอกลักษณ์

จากมุมมองของกลุ่มบริษัทนำเที่ยวในการ
พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ
ประเทศไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียนนั้น
จำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพดังนี้ (1) การประชาสัมพันธ์ (2) ต้นทุนของ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (3) เอกลักษณ์ทางด้าน
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (4) สิ่งอำนวยความสะดวก
ตลอดจนความปลอดภัย และ (5)
การพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ

จากมุมมองของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องใน
การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ

ประเทศไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียนนั้นจำเป็นต้อง
พัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดังนี้ (1)
การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ (2) การเชื่อมโยง
ของระบบโลจิสติกส์ (3) บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพ (4) นวัตกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย (5)
มาตรฐานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่ส่งเสริม
สุขภาพ และ (6) การสนับสนุนของภาครัฐ

4. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยเพื่อเป็น
ศูนย์กลางอาเซียน

ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอาเซียน ด้วยการพัฒนา
ศูนย์ข้อมูลด้านสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพ ศูนย์การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
ศูนย์การพัฒนาบุคลากร และศูนย์การพัฒนา
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยควร
ส่งเสริมกิจกรรมเพิ่มเติมเพื่อความเป็นเลิศ มีความ
โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับในอาเซียนมากขึ้น เช่น
ส่งเสริมกิจกรรมในเทศกาลสำคัญและการจัด
ประชุมเชิงวิชาการเพื่อเผยแพร่ข้อมูลในระดับ
นานาชาติ กำหนดให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทาง
หลักของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอาเซียนและ
สามารถเชื่อมต่อไปยังจุดหมายปลายทางรองใน
กลุ่มประเทศอาเซียน

นอกจากนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กำหนดนโยบายเพื่อใช้เป็นข้อกำหนดทิศทางในการ
พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย เตรียมการ
รองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคตให้เป็น
ตลาดเฉพาะทางหรือตลาดทางเลือก เชื่อมโยงและ
พัฒนาต่อยอดให้เป็นศูนย์กลางด้านการเมือง

เศรษฐกิจ และสังคมในกลุ่มประเทศอาเซียนที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และจัดทำแผนและกลยุทธ์การปฏิบัติในแต่ละด้านที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างชัดเจน โดยมีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ และองค์การภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเป็นหน่วยงานสนับสนุน

อภิปรายผลการวิจัย

รัฐบาลไทยผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยวางยุทธศาสตร์ไว้ 3 ประการคือ (1) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจสุขภาพ (2) การส่งเสริมพัฒนาระบบบริการสุขภาพให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล และ (3) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย พ.ศ. 2547-2551 (กระทรวงสาธารณสุข, 2546) และสอดคล้องกับการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549: 194) ในเรื่องจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่าจากการสำรวจของสมาคมโรงพยาบาลเอกชนในช่วงปี 2545-2548 มีชาวต่างชาติมาใช้บริการในโรงพยาบาลของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 33.9 ต่อปี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2548: 1-26) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีโอกาสทางการตลาดสูงมาก เนื่องมาจากความต้องการของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพื่อบำบัดสุขภาพหรือสปา

ขยายตัวสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 21.9 ต่อปี ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2563 รวมทั้งมีจุดเด่นที่สุดในด้านค่าบริการถูกกว่าประเทศอื่น ด้วยค่าเฉลี่ยของความพอใจคิดเป็นร้อยละ 4.11 ซึ่งสูงกว่าความพอใจที่มีต่อยุโรปร้อยละ 3.13 อเมริการ้อยละ 3.20 และเอเชียร้อยละ 3.49

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ บุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีจำกัด ขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐเท่าที่ควร เช่น สิทธิพิเศษ อัตราภาษี การพัฒนาความรู้ เงินทุนสนับสนุน โดยเฉพาะมาตรการทางด้านกฎหมายซึ่งยังไม่ต่อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และที่ขาดไม่ได้คือความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนยังขาดการสร้างเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549: 194) ในเรื่องจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า บุคลากรของไทยยังขาดความสามารถในด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทำให้สื่อสารผิดพลาดและไม่ได้รับความประทับใจเท่าที่ควร และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ปาลีรัตน์ การดี; และคนอื่นๆ (2547: 300) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สปา) พบว่าบุคลากรควรมีความรู้ ความชำนาญและเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน ตลอดจนมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี และยังสอดคล้องกับการศึกษาของสถาบันและให้คำปรึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2545:

70-74) ที่พบว่าข้อเสียเปรียบของประเทศไทยต่อประเทศยุโรป สำหรับการพำนักระยะยาวของนักท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของบุคลากรในเรื่องของภาษาที่จะสื่อสารกับชาวต่างชาติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพของไทยคือเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2550) กล่าวว่า สมัยก่อนผู้คนเดินทางเนื่องจากเสาะแสวงหาที่อยู่อาศัย อาหาร เครื่องดื่ม และเป็นการขยายอาณาเขตและดินแดน แต่ในปัจจุบันเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง และหลีกเลี่ยงจากวิถีชีวิตที่จำเจ เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ รวมไปถึงการไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน ขณะเดียวกันอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพของไทยคือ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นไปตามคำกล่าวของ Sharpley and Pender (2005: 87) กล่าวว่า การจัดการเกี่ยวกับพนักงาน เป็นหน้าที่สำคัญที่จะกำหนดว่าองค์การการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้หรือไม่ เช่นเดียวกับสมคิด บางโม (2558: 139) กล่าวว่า การวางแผนกำลังคนเป็นการคาดคะเนไว้ล่วงหน้าว่าหน่วยงานนั้นต้องการคนจำนวนเท่าใดจึงจะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ สิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนความปลอดภัย ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สอดคล้องกับกลุ่มวิจัยและพัฒนา สำนักการกีฬา กรมพลศึกษา (2556: 135) ที่กล่าวว่า สถานที่ที่เหมาะสมในการจัดกีฬาเพื่อสุขภาพควรมีสถานที่

กว้างขวางเพียงพอสำหรับบริการ มีพื้นที่สีเขียว อากาศถ่ายเท และมีบริการห้องน้ำที่เหมาะสม เช่นเดียวกับ สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2555: 95-96) ที่กล่าวว่าสถานที่ให้บริการนักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงโครงสร้างอาคารสถานที่ที่เหมาะสม มีความปลอดภัย บรรยากาศที่ดีสร้างความรู้สึกอบอุ่นแบบครอบครัว เกิดความรู้สึกที่ผ่อนคลาย ทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนอย่างเต็มที่ เกิดความอบอุ่นและสบายใจ

การเชื่อมโยงของระบบโลจิสติกส์ ก็เช่นเดียวกันที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญทั้งนี้เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยการเลือกยานพาหนะควรนำไปถึงสมรรถนะของรถต้องมีความพร้อมใช้งาน ยืดหยุ่นความปลอดภัย ความสะดวกสบาย สอดคล้องกับประเสริฐ วิทยารัฐ (2530) ที่กล่าวไว้ว่าการคมนาคมและกาเร้าถึงเป็นปัจจัยหนึ่งส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว การคมนาคมที่ดีสามารถไปสู่แหล่งท่องเที่ยวได้รวดเร็ว ปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรสนับสนุน ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ของประเทศและเป็นการสร้างงานให้แก่ประชาชน

2. รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณ เพื่อนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และขยายแหล่งเงินทุน นอกจากงบประมาณที่ได้รับจากภาครัฐเพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง

3. กระทรวงสาธารณสุข ควรให้ความสำคัญกับตลาดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยส่งเสริมให้มีการปรับปรุงคุณภาพ การบริการ มีการตรวจสอบความปลอดภัยในสถานให้บริการเชิงสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ ควรกำหนดมาตรฐานโครงสร้างของสถานบริการเชิงสุขภาพให้มีลักษณะเป็นสากล และจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างแท้จริง

4. ผู้ประกอบการควรจัดอบรมบุคลากรทุกระดับถึงจัดสถานที่ให้บริการต่างๆ ให้ได้มาตรฐานในระดับเดียวกันทุกแห่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเข้ารับบริการ และเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการในครั้งต่อไป

5. ผู้ประกอบการควรมีการจัดสถานที่ หรือแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกถึงความผ่อนคลายหรือได้พักผ่อนทางสุขภาพ และด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ควรเดินทางไปท่องเที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

6. ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรจัดทำข้อมูลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเกิดความเชื่อมั่นและประทับใจในการมาใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). การส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2546). พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 พร้อมด้วย กฎกระทรวง และประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ออกตามความในพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2546). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย พ.ศ. 2547-2551. นนทบุรี: กระทรวงฯ, อัดสำเนา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2559, จาก <http://marketingdb.tat.or.th/marketingdatabase/index.php>
- กลุ่มวิจัยและพัฒนา สำนักการกีฬา กรมพลศึกษา. (2556). รายงานการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดกีฬาเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). การวางแผนและพัฒนารายการค้าการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ณัฐพล วุฒิรัถยกร. (2559). ประเทศไทยกับการพัฒนาเป็น Medical Hub of ASIA. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2559, จาก <https://www.gsb.or.th/getattachment/>
- ณัฐวรรดิ คณิตินสุทธิทอง. (2559). การใช้บริการของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism Service Seeking). สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://medical-wellnesstourism.blogspot.com/2016/10/wellness-tourism-service-seeking.html>
- ณัฐวรรดิ คณิตินสุทธิทอง. (2559). การใช้บริการของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism Service Seeking). สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://medical-wellnesstourism.blogspot.com/2016/06/6-6-major-service-driving-medical.html>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพ็รินซ่าหลวง พรินดี้งแอนด์ พับลิชชิ่ง.
- ปาลีรัตน์ การดี; และคนอื่นๆ. (2547). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประเสริฐ วิทยาธิรัฐ. (2530). ภูมิศาสตร์ปภิกษณกะ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วารินทร์ มัชฌมบุรุษ. (2552). รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิวัฒน์ชัย บุญยศักดิ์. (2532, เมษายน-มิถุนายน). ศักยภาพสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว, 8(2): 42.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพ็ริงฟ้าพรินดี้ง.
- สถาบันและให้คำปรึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2545). แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว: กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวอายุ 50 ปีขึ้นไป. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยฯ.
- สมคิด บางโม. (2558). องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์. (2548, มกราคม-มีนาคม). โอกาสและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา. วารสารบริหารธุรกิจ, 28(105): 1-26.
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2555). รูปแบบการจัดการธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 6(1): 88-99.
- Global Wellness Institute. (2014). Global Spa & Wellness Economy Monitor: Empowering Wellness Worldwide. Retrieved 15 November, 2016, from http://gsws.sfwcdn.com/images/stories/gsws2014/pdf/GWI_Global_Spa_and_Wellness_Economy_Monitor_Full_Report_Final.pdf.pagespeed.ce.8

Mathieson A, Wall G (1982). Tourism economic, physical and social impacts. London: Longman: Singapore Publishers.

Noack, H. (1987). Measurement in Health Promotion and Protection. WHO, Regional Publications, 22: 5-29.

Oelkers, D. (2007). Travel and Tourism Marketing, Student edition. USA: Thomson South-Western.

Sharpley, R., & Pender, L. (2005). The management of tourism. London: SAGE Publications.