



รูปแบบโรงแรมเพื่อสุขภาพในเกาะสมุย

โดย

นายรัฐภัทร์ ธนภัทรธีรานันท์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบโรงแรมเพื่อสุขภาพในเกาะสมุย



โดย
นายรัฐภัทร์ ธนภัทรธีรานันท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

MUSA RETREAT: A WELLNESS RESORT FRAMEWORK FOR KOH SAMUI



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Fine Arts (DESIGN INNOVATION AND HOTEL AND REAL ESTATE
MANAGEMENT)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2018

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	รูปแบบโรงแรมเพื่อสุขภาพในเกาะสมุย
โดย	รัฐภัทร์ ธนภัทรธีรานันท์
สาขาวิชา	นวัตกรรมกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร. นุชนางค์ แก้วนิล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิวัฒน์ พันธุ์ คุรุทะเลสน)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร. นุชนางค์ แก้วนิล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร. อนุชา แผงเกษร)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวนาท รัตน์รังสิกุล)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชุมพร มุรพันธุ์)

60906313 : นวัตกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : รีสอร์ทเพื่อสุขภาพ, กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นาย รัฐภัทร์ ธนภัทรธีรานันท์: รูปแบบโรงแรมเพื่อสุขภาพในเกาะสมุย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :
อาจารย์ ดร. นุชนางค์ แก้วนิล

ในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาเยือนเกาะสมุยประมาณ 1.8 ล้านคน ในจำนวนนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 15 นับเป็นตลาดที่มีศักยภาพ มีรีสอร์ทระดับห้าดาวหลายแห่งที่ให้บริการสปา การพัฒนาโครงการที่พักที่เน้นการให้บริการส่งเสริมสุขภาพจึงมีความเป็นไปได้สูง การศึกษานี้จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนา MUSA Retreat ขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และเสนอแนวทางการพัฒนาโครงการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ MUSA Retreat

เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนเกาะสมุยจำนวน 400 คน พบว่าในระหว่างการท่องเที่ยวพักผ่อนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ออกกำลังหรือรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 56.0 พฤติกรรมการบริโภคอาหารส่วนใหญ่ใส่ใจและระมัดระวังในการรับประทานอาหารเช้าทั้งบางครั้งและทำเสมอ ต้องการรับประทานอาหารเช้าแบบอ็อกานิคหรืออาหารที่ปลอดสารพิษคิดเป็นร้อยละ 60.0 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 69.25 ยังยินดีจ่ายเงินค่าอาหารเพิ่มถ้าได้รับประทานอาหารที่สดจากฟาร์มหรือเห็นกระบวนการผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการนวดแผนไทยร้อยละ 62.25 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นประจำร้อยละ 19.0 กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเข้าร่วมเป็นลำดับต้นๆ ได้แก่ การบำบัดโดยใช้กีฬา (ร้อยละ 37.25) โยคะและศาสตร์การออกกำลังกาย (ร้อยละ 23.75) โภชนาการบำบัด (ร้อยละ 23.75)

ในบริเวณของ MUSA Retreat ควรมีการแบ่งโซน เป็นส่วนของที่พักอาศัย บริเวณฟาร์มใช้ปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ บริเวณสำหรับกิจกรรมกีฬาทางน้ำ ห้องออกกำลังกายและทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอื่น ห้องนวดและสปา ห้องออกกำลังกายควรติดตั้งเครื่องออกกำลังกายที่ได้มาตรฐานสากลแล้วควรมีบริเวณที่จัดกิจกรรม โยคะและการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพอื่นๆ โดยมีผู้นำโยคะและการออกกำลังกายตามตารางเวลาที่กำหนดไว้ ให้แขกได้เข้าร่วมตามเวลาที่สะดวก เนื่องจากนวดแผนไทยและสปาเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว MUSA Retreat จึงจัดให้มีห้องนวดและสปาที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมาใช้ในการบำบัด เพื่อฟื้นฟูสุขภาพแก่แขกได้บริการ โดยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเป็นผู้ผ่านการฝึกอบรมและได้รับประกาศนียบัตร เพื่อสามารถให้บริการที่ดีแก่แขกได้

60906313 : Major (DESIGN INNOVATION AND HOTEL AND REAL ESTATE MANAGEMENT)

Keyword : wellness resort, wellness tourism, wellness program, spa

MR. RATTHAPHAT THANAPHATTEERANAN : MUSA RETREAT: A WELLNESS RESORT FRAMEWORK FOR KOH SAMUI THESIS ADVISOR : NUCHNAPANG KEONIL, Ph.D.

As of 2017 tourist arrival to Koh Samui was recorded at 1.8 million. Within this statistic the percentile for wellness tourism segment was worth 15% of the total market share. Certainly, there is a large growth potential in wellness tourism for such resort destination. Currently, most upscale resorts and hotels has an in-house spa catering to the demand of their guests. Developing any business that supports health and wellness today is greatly applicable to the current trends and demands. This study of developing a new concept namely MUSA Retreat, to seize the market share of a growing wellness tourism segment is seemingly feasible. This thesis main objective is to identify the demand of tourist, wellness activities and proposed concepts that will allow my business model to achieve the highest economy of scale.

The survey was collected through questionnaires, the survey sample aimed for international tourist that visited the island total of 400 respondents. The findings found that majority of tourist exercises and eat healthy while on holiday was worth of 56%. In extend, 60% of them prefer eating organic food. Moreover, 69.25% are willing to pay more if they could see where the ingredient was sourced from (Farm to table concept). 62.25% of the respondents has experience with Thai massage before. Including the findings of different preferred wellness programs in their point of view.

MUSA Retreat consist of different zoning to provide guests an ultimate wellness experience and comfort, which are wellness and healing area, farming and livestock area, area for watersports, relax and meditation area, sport complex, spa and treatment area, this includes F&B outlets which serves only seasonal products harvested and farmed in-house and organically. MUSA Retreat also provides chemical free, organic and handmade product used in spa that will help rejuvenate, relax or aesthetic wise chosen by our guests.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.นุชนางค์ แก้วนิล อาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ร้อยตำรวจเอก อนุชา แผงเกษร ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ ผศ.ดร. วัฒนพันธุ์ ครุฑะเสน ประธานกรรมการ ผศ.ดร.ชুমพร มูรพันธุ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก ผศ.ดร. ภูวนาท รัตนรังสิกุล กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้ความช่วยเหลือและสละเวลาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย ซึ่งแนวทางในการแก้ปัญหาต่างๆตลอดจนท่มทศความรู้ด้านวิชาการอันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา รวมทั้งการแก้ไขงานให้สมบูรณ์และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่ง

ขอบคุณคณะเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ให้ความดูแลช่วยเหลือมาตลอด ขอขอบคุณหน่วยงานต่างๆ และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบคำถาม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำวิจัยฉบับนี้ขึ้นมา ขอขอบคุณกำลังใจจากบิดามารดา ญาติพี่น้อง และเพื่อนๆ พี่ๆ ที่ทำงานทุกท่านที่ได้ร่วมเกื้อหนุนและอำนวยความสะดวกให้การศึกษาครั้งนี้ประสบความสำเร็จด้วยดี

รัฐภัทร์ ธนภัทรธีรานันท์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
3. ขอบเขตของการวิจัย.....	2
4. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	5
2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	12
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับธุรกิจโรงแรม.....	28
5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนเกาะสมุย.....	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	35
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
5. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ	37
บทที่ 4 รายงานผล สรุปและอภิปรายผล.....	38
1. ผลที่ได้จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	38
2. สรุปผลที่ได้จากการศึกษา	42
3. อภิปรายผลและเสนอรูปแบบ MUSA Retreat	43
รายการอ้างอิง	46
ภาคผนวก.....	52
ภาคผนวก 1	53
ประวัติผู้เขียน	59



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 อัตราการเติบโตของ Wellness Economy ปี 2558 - 2563	27
ตารางที่ 2 ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปี 2558	30
ตารางที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	38
ตารางที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักในเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	39
ตารางที่ 5 สาเหตุที่เลือกพักโรงแรมในท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	39
ตารางที่ 6 การออกกำลังกายหรือรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพระหว่างวันหยุดของนักท่องเที่ยว	39
ตารางที่ 7 พฤติกรรมการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	40
ตารางที่ 8 การใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	40
ตารางที่ 9 กิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการ	41
ตารางที่ 10 พฤติกรรมการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	42



สารบัญภาพ

หน้า

No table of figures entries found.



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism หรือ Wellness Tourism) เป็นภาคส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลกที่มีการเติบโตสูง เนื่องจากมีการคาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับโลกในปี พ.ศ. 2561 ประมาณร้อยละ 10 สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทางการตลาดการท่องเที่ยวประมาณ 500,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี โดยเฉพาะภาคส่วนที่เกี่ยวกับการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพ (Medical Segment) หรือการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical Tourism) มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 20 เนื่องจากผู้เดินทางบางส่วนต้องการลดค่าใช้จ่ายและเวลาที่ใช้ในการรอเพื่อรับการรักษาพยาบาลในประเทศของตน ตัวอย่าง เช่น ในสหราชอาณาจักร (U.K) ซึ่งคิดในการรอรับการรักษายาบาลของรัฐบาล (National Health Service: NHS) ใช้เวลารอนานที่สุดประเทศหนึ่งในยุโรป ในปี 2557 จึงมีผู้เดินทางไปต่างประเทศเพื่อวัตถุประสงค์หลักทางสุขภาพเพิ่มจาก 48,000 คน เป็น 144,000 คน ดังนั้นในปี พ.ศ. 2561 จึงมีการคาดการณ์ว่าจะมีผู้เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ทางสุขภาพถึง 14 ล้านคนทั่วโลก มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเดินทางแต่ละครั้งต่อคน ประมาณ 3,800 ถึง 6,000 เหรียญสหรัฐ (Eyefor Travel Europe 2018 2018)

ประเทศที่เป็นที่นิยมสำหรับผู้เดินทางเพื่อสุขภาพจากสหรัฐอเมริกา ได้แก่ อินเดีย มาเลเซีย ไทย และตุรกี ตามลำดับ ประเทศไทยเป็นที่นิยมมากที่สุดสำหรับผู้เดินทางเพื่อสุขภาพของสาธารณรัฐเอมิเรต (UAE) (Eyefor Travel Europe 2018 2018) จากดัชนีประสิทธิภาพในการรักษาพยาบาลของบรูมเบิร์ก (Bloomberg Health Care Efficient Index: BHCEI) ซึ่งจัดอันดับประเทศที่ประชากรจำนวน 5 ล้านคนขึ้นไปและประชากรมีอายุยืนเฉลี่ยมากกว่า 70 ปี และมี GDP มากกว่า 5,000 เหรียญสหรัฐต่อปี ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 27 (ขึ้นจากลำดับที่ 41 ในปี พ.ศ. 2560) ของ BHCEI จาก 56 ลำดับของประเทศทั่วโลก นับเป็นลำดับที่ 9 ในเอเชีย รองจาก ฮองกง สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ไต้หวัน นิวซีแลนด์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน นอกจากนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าประเทศไทยยังมีลำดับของ BHCEI ต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศ

ตัวอย่างเช่น เนเธอร์แลนด์อยู่ในลำดับที่ 28 สหราชอาณาจักรลำดับที่ 35 เดนมาร์กลำดับที่ 41 เยอรมันลำดับที่ 45 และสหรัฐอเมริกาลำดับที่ 54 (Sullivan 2018)

ในปี พ.ศ. 2557-2559 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี มีรายได้เฉลี่ยปีละประมาณ 9.2 ล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าในปี 2561 จะมีนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพจากนานาชาติเดินทางมาเยือนไทยถึงหนึ่งล้านคน (Headline Editor 2018) นอกจากนี้ลำดับ BHCEI ของไทยจะดีขึ้นอย่างก้าวกระโดดแล้ว ปัจจัยอื่นที่ส่งผลทางบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยยังมีค่ารักษาพยาบาลที่สมเหตุสมผลกับบริการที่ลูกค้าได้รับ การบริการแบบไทยที่มีไมตรีจิต อาหารไทยที่ประกอบด้วยสมุนไพรหลายชนิดที่ดีต่อสุขภาพ แพทย์แผนไทย และนวดแผนไทย นอกจากนี้การเพิ่มขึ้นของโรคที่ไม่ติดต่ออย่าง เบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคอ้วน โรคหัวใจ ในระยะ 20 ปีที่ผ่านมาทำให้ประชาชนทั่วไปมีแนวโน้มในเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้นทุกปี กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น สปา อาหารและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ของคนทั่วโลก จึงเป็นโอกาสให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พักสามารถพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าพักได้ (Headline Editor 2018)

ในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาเยือนเกาะสมุยประมาณ 1.8 ล้านคน ในจำนวนนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 15 นับเป็นตลาดที่มีศักยภาพ มีรีสอร์ทระดับห้าดาวหลายแห่งที่ให้บริการสปา การพัฒนาโครงการที่พักที่เน้นการให้บริการส่งเสริมสุขภาพจึงมีความเป็นไปได้สูง การศึกษานี้จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนา MUSA Retreat ขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ
- 2.2 เสนอแนวทางการพัฒนาโครงการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ MUSA Retreat

3. ขอบเขตของการวิจัย

การพัฒนาโครงการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ MUSA Retreat มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

3.1 ด้านพื้นที่

เก็บข้อมูลในพื้นที่ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนเกาะสมุยจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบสะดวกจากผู้ที่ยินดีให้ข้อมูล

3.3 ด้านเนื้อหาของการวิจัย

ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความต้องการของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ

3.3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บข้อมูลไว้แล้วเช่น ตำราและเอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลด้านสถิติ ค้นคว้าจากวารสาร เอกสาร หนังสือจากห้องสมุดต่างๆ รวมทั้งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ศึกษาจากการใช้ แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนเกาะสมุยจำนวน 400 คน

3.4 ด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยระหว่าง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

โรงแรม หมายถึง โรงแรมที่ตั้งอยู่ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ แนวทางในการพัฒนารีสอร์ทเชิงสุขภาพสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับธุรกิจโรงแรมและที่พักอื่นได้



บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง MUSA Retreat: รูปแบบโรงแรมเพื่อสุขภาพในเกาะสมุย มีการศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับประเทศไทยและระดับสากล
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับธุรกิจโรงแรม
5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนเกาะสมุย

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 การท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้ทำการจัดประชุมเรื่องการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี จากการประชุมครั้งนั้นทำให้ได้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ดังนี้ “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร” (Bilbil 2017) เช่นเดียวกันกับองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ดังนี้ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (McIntyre 1993) ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง (น้ำฝน เจนสมบุญ 2561)

การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ (Chamchan and Soparat 2012) คือ

1) การเดินทาง ต้องเป็นการเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อค่าจ้าง โดยจะต้องมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2) จุดหมายปลายทาง คือ มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิมโดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง โดยจุดหมายปลายทางนั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับตอบสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3) ความมุ่งหมาย หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยธุรกิจหลากหลายประเภทที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยทางอ้อม รวมถึงธุรกิจเกี่ยวข้องอื่นๆ ที่สนับสนุนในด้านต่างๆ ช่วยสร้างงาน เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นับเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญของประเทศ และประเทศไทยได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2559-2568) และเป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวในอาเซียน จึงมุ่งเน้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ดีและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มีการสนับสนุนด้วยกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical & Health and Wellness Tourism) การจัดงานแต่งงาน (Wedding & Romance) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Marine Tourism) และ MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) (Rongruang and Suknuntapong 2011)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ประมาณระยะยาวปี พ. ศ. 2563 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก 1.4 พันล้านคน และในปี พ.ศ. 2573 จะสูงถึง 1.8 พันล้านคน อัตราการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี 2553-2573 คิดเป็นร้อยละ 3.3 ต่อปี หรือนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 43 ล้านคน โดยในช่วง 10 ปีแรก (2553-2563) จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.8 ต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 42 ล้านคน และชะลอลงในช่วง 10 ปีหลัง (2563-3573) โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 45 ล้านคน หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 2.9 ต่อปี (Sittichai and Khunon 2015)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตามคิดของ Collier & Harraway (1997) กล่าวว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการคือความเพลิดเพลินบันเทิงใจและความสนุกสนานในการเดินทาง

ท่องเที่ยว การมีสิ่งแวดล้อมที่ดึงดูดให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลักสำคัญ 3 ประการ หรือ 3As ได้แก่ (Pongwiritthon, Pakvipak et al. 2016)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง บริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่สร้างขึ้นรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือนและกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ เพิ่มความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัย และความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการสร้างปัจจัยฐานในการผลิต (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบ การสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว เพราะจะช่วยให้ นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วยเส้นทาง (The Way) พาหนะ (The Vehicle) สถานี(The Terminal) และผู้ประกอบการ (The Carrier) การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยเส้นทางลำเลียง

Cooper & Boniface (2016)กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จะต้องประกอบด้วย 4 As คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว

2. การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวกในการเข้าถึง

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม

4. บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว

นอกจากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้นทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมาทางองค์การการท่องเที่ยวโลก ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้ (Waewsak, Chindaruksa et al. 2006)

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) (ปรีรันธ ชินโชติ 2016) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมี กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว อย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของ ผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความ

สวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความ
รับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึงการเดินทาง
ท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาว
ตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริย
จักรวาล ได้รู้ความรู้อย่างประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) (Foomooljareon
and Fernando 2002) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทาง
ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่
ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความ
รับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่
ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional
Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัด
ขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การ
เคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคม และวัฒนธรรม มีประสบการณ์
ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism)
หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มี
เอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญา
พื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อธรรมชาติและ
รักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการ
จัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดีมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty And Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดย ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวภูยกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อให้มีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความ

สนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่และความทรงจำที่ดี

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในชั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงาน ที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 - 4 ครั้งต่อปี ครั้งละนานๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึงการจูงใจให้แก่อุปกรณ์ลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้าต่างๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้ เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้เที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักผ่อนตั้งแต่ 2 - 7 วัน เป็น รายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I= incentive/ C=conference / E=exhibition) เป็นการจูงใจให้แก่อุปกรณ์ลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจูงใจก่อนการประชุม (Pre-tour) และการจูงใจหลังการประชุม (Post-tour) โดยการจูงใจการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับ ผู้เข้าร่วมประชุม โดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็น รายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักผ่อน 2 - 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมา รวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยว ศึกษาค้นคว้ารูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือมากกว่า เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวนั้นมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความชอบของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ซึ่งในปัจจุบันมีมนุษย์หันมาสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากในระยะ 20 ปีที่ผ่านมา ประชากรโลกมีความเจ็บป่วยจากโรคที่ไม่ติดต่อ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง และโรคหัวใจ เพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ผู้คนหันมาสนใจสุขภาพและมีแนวโน้มการใช้ชีวิตเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันโรคภัยไข้เจ็บเหล่านี้เพิ่มขึ้น โดยการใส่ใจเรื่องอาหาร การเล่นกีฬา และการออกกำลังกายหลากหลายรูปแบบ ทั้งการเล่นโยคะ การเข้าฟิตเนสต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งการชกมวยไทย เพื่อให้ตนเองมีสุขภาพและรูปร่างที่ดี

2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นมีจุดกำเนิดแรกคือ สปา (Spa) มาจากภาษาลาติน ว่า “Sanus per Aquam” หรือ Sanitas per Aquas แปลว่าสุขภาพจากสายน้ำ การบำบัดด้วยน้ำ การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำ ซึ่งเริ่มต้นในสมัยอาณาจักรโรมัน (Roman Empire) กิจการของสปา ในสมัยนั้นมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งบำบัดโรคโดยใช้น้ำ มีคนเจ็บป่วยจำนวนมากจะเดินทางไปรักษาตัวโดยการอาบน้ำแร่ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงตลอดสมัยกลาง (Middle Age) ก็ยังมีความนิยมอาบน้ำแร่กันอยู่อย่างสม่ำเสมอในเชิงของการรักษาพยาบาล ต่อมาในราวศตวรรษที่ 16 แนวความคิดในเรื่องสปาเปลี่ยนแปลงไป คือ นักเดินทางทั้งหลายเริ่ม มีความคิดว่า สปาน่าจะเป็นแหล่งพักผ่อนได้ประกอบกับการพัฒนาการขนส่งในสมัยนั้น ที่สามารถประดิษฐ์คิดค้น Stage Coach ได้จึงทำให้สปาที่เคยให้บริการในลักษณะการรักษาโรคกลายเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation) ปรากฏว่าในระยะแรกที่สปาจะเริ่มเปลี่ยนไปเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจนั้นคนที่มาใช้บริการมักจะเป็นคนที่มีฐานะความเป็นอยู่ดีเท่านั้นแต่เมื่อตลาดที่เป็นลูกค้าระดับสูงแคบลงรายได้จึงจำกัดเฉพาะสำหรับลูกค้าฐานะ

ดีเหล่านี้เท่านั้น ถ้าเป็นไปในทำนองนี้ตลอดไปธุรกิจก็จะอยู่ไม่ได้จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงแหล่งอาบน้ำให้เป็นที่พักอาศัยแบบรีสอร์ททศวรรษก่อนไป (Erfurt-Cooper and Cooper 2009) แต่ต่อมาเมื่อธุรกิจที่พัก (Accommodation) เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจึงได้มีการสร้างที่พักตามชายทะเล (Seaside Resort) เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวนิยมไปพักผ่อนตามสถานที่พักประเภทนี้ ธุรกิจสปาจึงเริ่มเข้าสู่ภาวะถดถอยลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง โดยเฉพาะความถดถอยดังกล่าวเกิดกับแหล่งอาบน้ำแร่ สปา ที่อยู่ในภาคพื้นดิน (Inland Spa) มากกว่าตามชายหาด

การพัฒนาและส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อยุทธศาสตร์การพัฒนาไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ 10 ปี (พ.ศ. 2559-2568) และมุ่งสู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical & Wellness) กำลังเดินหน้าอย่างได้ผล ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกมีมูลค่า 1.6 ล้านล้านบาท ขยายตัวปีละเกือบร้อยละ 10 ช่วยสร้างรายได้ให้กลุ่มผู้ประกอบการ โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) มีการเชื่อมโยงและส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกๆ กลุ่ม มีมูลค่าการตลาดสูงเป็นอันดับ 4 รองจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คิดเป็นประมาณร้อยละ 15.6 ของรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม และมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงเฉลี่ยร้อยละ 7.5 (Wanichakorn, Junead et al. 2018) ต่อปีระหว่าง ปี 2558-2563 สาเหตุหนึ่งมาจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี ฐานะปานกลางถึงสูง มีจำนวนวันที่พักยาวนาน และมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยวแต่ละครั้งสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป (Pongwiritthon and Pakvipas 2017)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้นิยาม ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่มีความงดงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสวดแทรกด้วยวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และ สิ่งแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนการศึกษาการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเพื่อการดูแล และการบำบัด ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตการดำรงชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ / หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ ได้แก่การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คลายเครียด และมีการรับคำปรึกษาแนะนำด้านการดูแลสุขภาพกาย และจิตใจ มีการแนะนำการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจน การตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาลและอื่นๆ(Untong and Kaosa-ard 2014)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวตามกรุงเทพฯ และเมืองท่องเที่ยวสำคัญ อาทิ ภูเก็ต พัทยา และ เชียงใหม่ ซึ่งพร้อมในด้านบริการทางการแพทย์และบริการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ บริการด้านการแพทย์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้บริการในไทย ได้แก่ การตรวจเช็คสุขภาพ การทำเลสิก ศัลยกรรมความงาม ทันตกรรม การผ่าตัด และการพักผ่อน เป็นต้น นอกจากนี้ บริการด้านแพทย์ทางเลือกของไทย อาทิ นวดแผนไทย และสปา มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้บริการในไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีขอบเขตกว้างขวาง ครอบคลุมตั้งแต่การเดินทางเข้ามาใช้บริการ ไปจนถึงการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการแพทย์และการแพทย์ทางเลือก จึงยากที่จะกำหนดขนาดของตลาดโดยรวมได้ชัดเจน อย่างไรก็ตาม ตลาดในส่วนที่ใช้บริการทางการแพทย์จากโรงพยาบาลเอกชนสามารถประเมินขนาดของตลาดได้จากสถิติการเข้ามาใช้บริการ ร้อยละ 60 จะเป็นชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย และร้อยละ 40 เป็นชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ (อารีย์ลักษณ์ ตระกูลมุกทอง 2016)

นักวิชาการบางคนให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าเป็นการเดินทางไปจุดหมายปลายทางในประเทศหรือในพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจและเพื่อความสงบในจิตใจของนักธุรกิจที่กังวลใจ (Douglas and Nekrasov 2001) เป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิธีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น (วรรณวีร์ บุญคุ้ม and พงณา บุญคุ้ม 2018) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการฟื้นฟูร่างกาย หรือป้องกันจากการเจ็บป่วย การปรับปรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง ส่งเสริมคุณภาพชีวิต เพื่อการมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้น ต่างจากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) ที่เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเข้ามาเพื่อรักษาพยาบาล หรือเข้ามาท่องเที่ยวและมีกิจกรรมบางส่วนที่เกี่ยวกับการรักษาอาการเจ็บป่วย การท่องเที่ยวทั้งสองประเภทนี้สอดคล้องกับเป้าประสงค์ของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ คือ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) และศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub)

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ เดินทางที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหา การบำรุงรักษา หรือการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล มีขอบเขตครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลและ

ปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม โดยเป็นทางเลือกและความสมัครใจของผู้ใช้บริการที่จะเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังต่างประเทศ (Galvão, Newton et al. 2015)นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพต่างๆ หลากหลายรูปแบบ ในหลากหลายมุมมอง โดยสามารถแยกออกได้เป็น (Rongruang and Suknuntapong 2011)

- บริการส่งเสริมสุขภาพทางร่างกาย เช่น ฟิตเนส อาหารสุขภาพ สปาและเสริมความงาม
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตใจ เช่น โยคะ ไทชี
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตวิญญาณ เช่น สมาธิบำบัด
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสังคม เช่น เครือข่ายสังคมฟิตเนส
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านอารมณ์ เช่น บำบัดอารมณ์ กำจัดความเครียด
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อม เช่น บำบัดด้วยป่าไม้

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยมีการนำศาสตร์ในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของไทยมาประกอบในการบริการทางสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ได้แก่ สปาสมุนไพร นวดไทย ฤาษีตัดตน โยคะ การฟื้นฟูจิตใจ อาจแบ่งกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) สปาและการนวดแผนไทย 2) แพทย์ทางเลือก และ 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยธรรมชาติ

โดยสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism หรือ Wellness Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และ/หรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวสุขภาพนั้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวสุขภาพสามารถแบ่งตามลักษณะสุขภาพของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ (Page, Hartwell et al. 2017) คือ

1) การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้อยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเองภายใต้สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในปัจจุบัน โดยการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพอย่างถูกวิธี เช่น การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ การฝึกไทเก๊ก การอาบน้ำแร่หรือสปา การนวดแผนโบราณ การรับประทานสมุนไพร การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและการพักผ่อนในที่ที่มี

อากาศบริสุทธิ์ใกล้ธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยมีสถานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพหลายประเภท เช่น การนวดแผนโบราณที่วัดโพธิ์ การนั่งสมาธิในวัดสำคัญทางพุทธศาสนา เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรืออยู่ในระยะพักฟื้น การท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและเป็นธรรมชาติรับประทาน อาหารเพื่อสุขภาพ และออกกำลังกายอย่างเบา ๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการลักษณะนี้ เช่น ชิวาครม สถานพักตากอากาศชายทะเล เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องจากคำรักษาพยาบาลในประเทศไทยถูกกว่าต่างประเทศ และประเทศไทยมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ และมีมือหลายด้าน เช่น การทำทันตกรรม การเปลี่ยนสะโพก การเปลี่ยนข้อเข่า การผ่าตัดเพื่อเสริมความงาม เป็นต้น

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอาจแบ่งออกได้ตาม จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของ โปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) การท่องเที่ยวแบบนี้เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจโดยเจียดเวลาจากการเดินทางท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำร่วมกันด้านการส่งเสริมสุขภาพในที่พักหรือนอกที่พักรวมกันอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง ซึ่งดำเนินการโดยชุมชน ได้แก่ จัดการบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพด้วยสมุนไพรพื้นบ้าน ทดลองต้มหรือบริโภคสมุนไพร เดินชมสวนสมุนไพรที่จัดไว้ตามธรรมชาติ และจัดให้เข้าร่วมการแพทย์แบบภูมิปัญญาชาวบ้านโดยมีความเชื่อมโยงกับโรงพยาบาล และมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สนุก และสาระความรู้เกี่ยวกับการปลูกสมุนไพร (นพปฎล สมิตานนท์ 2553)

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) หรือ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจหรือเป็นสถานที่ที่จัดไว้สำหรับการบำบัดรักษา เพื่อกิจกรรมด้านการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล หรือสถานที่ที่มีบุคลากรกระบวนกร และการบริการที่มีคุณภาพและ

มีมาตรฐานเช่น การเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแล้วมีการตรวจร่างกายการรักษาโรคต่างๆ ร่วมด้วย

จากความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญหลายประการทั้งสภาพทางกายภาพและบริการที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง เช่น สภาพแวดล้อมและความงดงามตามธรรมชาติและวัฒนธรรม สถานที่สงบและรื่นรมย์เพื่อพักผ่อนในเวลาว่างจากภารกิจ บริการที่สะดวกสบายเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ประโยชน์ในการพัฒนาสุขภาพและร่างกายและจิตใจโดยรวม ความรู้สึกปลอดภัยและการดูแลเอาใจใส่ การบำบัดด้วยน้ำ/น้ำพุร้อน การบริการด้วยบุคลากรที่มีทักษะและได้รับการฝึกอบรม และความคุ้มค่าของเงิน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงอาหารหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ฯลฯ เนื่องจากในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้มีจุดประสงค์การท่องเที่ยวเพียงรูปแบบเดียว ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย เป็นส่วนหนึ่งของการนำศาสตร์ในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของไทยมาใช้ประกอบในการบริการทางสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ได้แก่ สปาสมุนไพรไทยฤๅษีตัดตน โยคะ การฟื้นฟูจิตใจโดยสมาธิ การล้างพิษ และการดูแลอาหารให้เหมาะกับแต่ละบุคคล เป็นต้นอาจแบ่งกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย (เพ็ญศรี วรรณสุข 2013) ได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สปา แพทย์ทางเลือก และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยธรรมชาติ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) สปา และการนวดแผนไทยเป็นกลุ่มกิจกรรมหลักอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ (Kongtawelert and Sujirarat 2015) กำหนดว่า สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ หมายถึง สถานที่ที่ตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจการต่อไปนี้

- กิจการสปา อันได้แก่ บริการที่เกี่ยวกับการดูแล และเสริมสร้างสุขภาพโดยวิธีการบำบัดด้วยน้ำ และการนวดร่างกายเป็นหลัก ประกอบกับบริการอื่น ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง อีกอย่างน้อย 3 อย่าง เช่น การบริการที่ใช้ความร้อนให้หลอดเลือดขยายตัวการบริการผิว กาย ผิวหน้า โยคะ ฤๅษีตัดตน การทำสมาธิ โภชนาการ อาหารเครื่องดื่มสุขภาพ เป็นต้น

- กิจการนวดเพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงาม นวดไทย (Thai Traditional Massage) หรือการนวดแผนโบราณ เป็นสาขาหนึ่งในแพทย์แผนไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีชื่อเสียงไปทั่วโลก มีวัตถุประสงค์ในการทำให้ผ่อนคลาย หรือรักษาอาการส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวต่างชาติจะใช้บริการนวดเพื่อผ่อนคลาย จากข้อมูลกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

กระทรวงสาธารณสุข ในปี 2556 มีผู้ประกอบการกิจการการแพทย์แผนไทย และแพทย์แผนไทย ประยุกต์รวม 58,681 ราย ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการนวดไทย จำนวน 2,730 ราย

- กิจการอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวงกิจการสปา และการนวดเพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมความงาม มีเป็นจำนวนมาก ทั้งที่จดทะเบียนหรือไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ทั้งกิจการที่เป็นขนาดใหญ่ไปถึงขนาดเล็ก กิจการที่เน้นให้บริการลูกค้าระดับบนและมีอัตราค่าบริการสูง บางกิจการคิดค่าบริการในระดับที่นักท่องเที่ยวทั่วๆ ไป สามารถใช้บริการได้ แต่มีจำนวนไม่ มากนักที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน จากข้อมูลกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข กิจการสปาเพื่อสุขภาพ กิจการนวดเพื่อสุขภาพ และกิจการนวดเพื่อเสริมความงามที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข ในปี 2558 มีจำนวนรวมทั้งหมด 1,609 แห่ง เป็นสปาเพื่อสุขภาพ 509 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 31.6 นวดเพื่อสุขภาพ 1,070 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 66.5 และนวดเพื่อเสริมความงาม 30 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.9 ในจำนวนนี้ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร 344 แห่ง

2) แพทย์ทางเลือก ปัจจุบันได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเป็นส่วนหนึ่งของการแพทย์ที่รักษาใช้ควบคู่ไปกับการแพทย์แผนปัจจุบัน จากข้อมูลกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในปี 2558 มีผู้ประกอบการการแพทย์แผนทางเลือก จำนวน 7,739 ราย (กานดา ธีรานนท์ 2561) สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ

- Alternative Medicine คือ การแพทย์ทางเลือกที่สามารถนำไปใช้ทดแทน การแพทย์แผนปัจจุบันได้ โดยไม่ต้องอาศัยการแพทย์แผนปัจจุบัน

- Complementary Medicine คือ การแพทย์ทางเลือกที่นำไปใช้เสริมหรือใช้ร่วมกับการแพทย์แผนปัจจุบัน การจำแนกตามกลุ่มของการแพทย์ทางเลือก หน่วยงานของ National Center of Complementary and Alternative Medicine (NCCAM) ของสหรัฐอเมริกาได้จำแนกออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

(National Center for Complementary and Alternative Medicine 2012)

กลุ่ม *Alternative Medical Systems* คือ การแพทย์ทางเลือกที่มีวิธีการตรวจรักษาวินิจฉัย และการบำบัดรักษาที่มีหลากหลายวิธีการ ทั้งด้านการให้ยา การใช้เครื่องมือมาช่วยในการบำบัดรักษา และหัตถการต่าง ๆ เช่น การแพทย์แผนโบราณของจีน (Traditional Chinese Medicine) การแพทย์แบบอายุรเวชของอินเดีย เป็นต้น

กลุ่ม *Mind-Body Interventions* คือ วิธีการบำบัดรักษาแบบใช้กายและใจ เช่น การฝึกสมาธิบำบัด โยคะ ชี่กง เป็นต้น

กลุ่ม *Biologically Based Therapies* คือ วิธีการบำบัดรักษาโดยการใช้ สารชีวภาพ สารเคมีต่าง ๆ เช่น สมุนไพร วิตามิน Chelation Therapy Ozone Therapy หรือแม้กระทั่งอาหารสุขภาพ เป็นต้น

กลุ่ม *Manipulative and Body-Based Methods* คือ วิธีการบำบัดรักษาโดยการใช้หัตถการต่าง ๆ เช่น การนวด การตัด การจัดกระดูก Osteopathy Chiropractic เป็นต้น

กลุ่ม *Energy Therapies* คือ วิธีการบำบัดรักษาที่ใช้พลังงานในการบำบัดรักษาที่สามารถวัดได้และไม่สามารถวัดได้ในการบำบัดรักษา เช่น การสวดมนต์บำบัด พลังกายทิพย์ พลังจักรวาล เรกิ โยเร เป็นต้น

ในการพิจารณาเลือกใช้การแพทย์ทางเลือก ควรคำนึงถึงหลัก 4 ประการ (Sripa 2005) คือ

ก) ความน่าเชื่อถือ (Rational) โดยดูจากวิธีการหรือองค์ความรู้ด้านการแพทย์ทางเลือกชนิดนั้น ประเทศต้นกำเนิดให้การยอมรับหรือไม่ หรือมีการใช้แพร่หลายหรือไม่ ใช้มาเป็นเวลานานเพียงใด มีการบันทึกไว้หรือไม่ อย่างไร เป็นต้น

ข) ความปลอดภัย (Safety) เป็นเรื่องสำคัญมากกว่า จะส่งผลกับสุขภาพของผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม การเป็นพิษแบบเฉียบพลันมีหรือไม่ พิษแบบเรื้อรังมีเพียงใด อันตรายที่จะเกิดขึ้นในระยะยาวมีหรือไม่ หรือวิธีการนั้นทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกายหรือไม่ เป็นต้น

ค) การมีประสิทธิภาพ (Efficacy) เป็นเรื่องที่จะต้องพิสูจน์หรือมีข้อพิสูจน์มาแล้วว่าสามารถใช้ได้จริง มีข้อมูลยืนยันได้ว่าใช้แล้วได้ผล ซึ่งอาจต้องมีจำนวนมากพอหรือใช้มาเป็นเวลานานจนเป็นที่ยอมรับจากการศึกษาวิจัยหลากหลายวิธีการ เป็นต้น

ง) ความคุ้มค่า (Cost - Benefit - Effectiveness) โดยเทียบว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดด้วยวิธีนั้น ๆ คุ้มค่ากับการรักษาโรคที่ผู้ป่วยต้องทนทุกข์ทรมานหรือไม่ โดยอาจเทียบกับฐานะทางการเงินของผู้ป่วยแต่ละคน เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยธรรมชาติ โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีไทยผสมผสานกับสปา เช่น น้ำพุร้อน อาบน้ำแร่ สปาสมุนไพร สปาโคลนร้อน เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอื่นที่คล้ายคลึงกัน และนักวิชาการบางคนนำมารวมกับการท่องเที่ยวอื่นที่เกี่ยวข้องกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสปาและสุขภาพ (Spa and Health Tourism) (Verghese, Lipton et al. 2003) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม (Health and Wellness Tourism) สปา (Spa) หมายถึงการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิถีธรรมชาติ โดยมีการใช้น้ำเป็นองค์ประกอบร่วมกับบริการอื่น ๆ เพื่อสร้างภาวะสมดุลของร่างกาย ส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันการเจ็บป่วย และพักผ่อนคลายเครียด สปาในต่างประเทศมักรวมอยู่ในแหล่งน้ำพุร้อน/น้ำแร่ เช่น Polynesian Spa ที่เมือง Rotorua ประเทศนิวซีแลนด์ สปาในประเทศไทยจะเน้นการให้บริการรวมนวดแผนไทยเป็นส่วนใหญ่โดยใช้ศาสตร์การแพทย์แผนไทยเป็นกรอบความรู้ในการให้บริการ

เวลเนส (Wellness) หมายถึง การดูแลสุขภาพที่ดีให้แข็งแรงสมบูรณ์ ซึ่งเป็นคำที่คล้ายคลึงกับคำว่าสุขภาพแต่นำเสนอภาพที่สมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย และสุขภาพความงาม ซึ่งเป็นแนวคิดที่ธุรกิจนวดสปาหรือสปาองค์รวมให้ความสำคัญในลักษณะของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพมีความหมายหลายประการ (Bodeker and Cohen 2008) เช่น

- 1) แนวทางเพื่อการดูแลบำรุงรักษาสุขภาพที่เน้นการป้องกันความเจ็บป่วย เพื่อไม่ให้เจ็บป่วยและทำให้ชีวิตยืนยาว ซึ่งต่างกับคำว่าการรักษาโรคภัยไข้เจ็บที่เกิดขึ้นภายหลังจากการเจ็บป่วยแล้ว
- 2) สภาวะที่มีสุขภาพแข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ โดยการดูแลเรื่องการรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย และการสร้างสุขนิสัยที่ดี เช่น ไม่ดื่มเหล้า ไม่สูบบุหรี่
- 3) สภาวะของร่างกายที่มีสุขภาพดี ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ
- 4) สภาพของการมีสุขภาพดีในลักษณะของแบบแผนชีวิตที่ส่งเสริมความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย

ดังนั้น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวโดยมีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ รวมถึงกิจกรรมประเภทพักผ่อนคลาย เช่น การออกกำลังกาย การ

รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การทำสปาเพื่อสุขภาพ การนวดเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยว อาจใช้บริการเพื่อสุขภาพได้อย่างครบวงจรได้ในรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ ศูนย์สุขภาพ หรือ Destination Spa ยังจำแนกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่รวมเวลเนสกลายเป็น Health & Wellness Spa Tourism ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับบริการด้านสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวสปาเพื่อสุขภาพและสปาในแหล่ง น้ำแร่/น้ำพุร้อน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถประกอบกิจกรรมได้หลายลักษณะ กล่าวคือกิจกรรมในสปา เพื่อสุขภาพ ได้แก่ การเลือกและปรับแบบแผนชีวิต (Lifestyle Choice) การป้องกันความเจ็บป่วย (Prevention of Illness) เช่น การออกกำลังกาย การดูแลความงาม เป็นต้น และการสร้างความตระหนักเรื่องสุขภาพ (Health Awareness) ส่วนกิจกรรมสปาในแหล่งน้ำแร่/น้ำพุร้อน ได้แก่ วิทยาการอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน (Thermalism Balneology) เพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด การฟื้นฟูจากความเจ็บป่วย (Recovery from Illness) การพักผ่อนและนันทนาการ (Leisure and Recreation) (Erfurt-Cooper and Cooper 2009)

เมื่อได้ศึกษาความหมายของการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแล้วนั้น เพื่อให้รู้ถึงความก้าวหน้าหรือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงต้องมีการศึกษาการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับประเทศไทยและระดับสากล โดยจะทำการศึกษาในหัวข้อต่อไป

3. การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับประเทศไทยและระดับสากล

ในปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากมนุษย์หันมาให้ความสำคัญและรักสุขภาพมากยิ่งขึ้น จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกนั้นขยายตัวมากยิ่งขึ้น ซึ่งการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทำให้สถานพยาบาลต่างๆ มุ่งขยายไปสู่การส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค และการฟื้นฟูสภาพ โดยเฉพาะตลาดคนไข้ต่างชาติที่เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน โดยมีการคาดว่าปี 2561 จะมีคนไข้ต่างชาติมาใช้บริการประมาณ 3.42 ล้านครั้ง โดยข้อมูลจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC) เปิดเผยว่า โรงพยาบาลเอกชนของไทยมีรายได้จากการรักษาพยาบาลชาวต่างชาติราวปีละ 7 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.01 ของ GDP (Suwannakul 2014)

แนวโน้มในด้านการใส่ใจในสุขภาพ ภาวะการเข้าสู่สังคมสูงวัยเป็นสาเหตุให้คนเพิ่มความสำคัญกับการดูแลสุขภาพให้แข็งแรง ทั้งสุขภาพทางกาย และทางจิตใจ รวมทั้งด้านความงาม และการชะลอวัย โดยมีพฤติกรรมเน้นการป้องกันก่อนเจ็บป่วย พร้อมทั้งจะจ่ายเงินเพิ่มในการซื้อสินค้า

และบริการที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายค่อนข้างสูง (ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล and ชีระวัฒน์ จันทิก 2018) เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่ม MICE (Meeting, Incentive, Conventions and Exhibition) นักท่องเที่ยวโดยเรือสำราญ/เรือยอร์ช และนักท่องเที่ยวสูงวัยซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่าย และเต็มใจใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นๆ นับเป็นอีกตลาดหนึ่งที่สำคัญของนักท่องเที่ยวรายได้ดี (Affluent Tourism)

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่าทวีปเอเชียเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเพราะในมุมมองของ Medical Tourism ประเทศในแถบเอเชียมีสถานพยาบาลที่มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐานระดับโลก ค่ารักษาพยาบาลถูกกว่าโดยภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อสุขภาพมากที่สุด ได้แก่ ทวีปอเมริกาเหนือ และทวีปเอเชีย-แปซิฟิก นอกจากนี้มูลค่าตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยนั้นถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก โดยข้อมูลจากกองสุขภาพระหว่างประเทศ ระบุว่า สถานพยาบาลทั่วประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล JCI (Joint Commission International Accreditation) มีทั้งหมด 61 แห่ง แบ่งเป็นโรงพยาบาล 47 แห่ง และคลินิก 14 แห่ง โดยโรงพยาบาลสมิติเวช เป็นโรงพยาบาลแห่งเดียวในเอเชียได้รับเลือกเป็น 1 ใน 5 สถานพยาบาลที่ดีที่สุดระดับโลก รองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) (Sanguanphon 2012) จากการจัดอันดับโรงพยาบาลยอดเยี่ยมระดับโลกสำหรับ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปี 2018 โดย The Medical Travel Quality Alliance (MTQUA) นอกจากนี้ โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท ยังได้เปิดตัว The FIRST Lounge ซึ่งเป็นห้องรับรองลูกค้าวีไอพี ที่มี SCB Investment Center อยู่ภายใน รองรับการทำธุรกรรม การให้คำปรึกษาทางการเงิน คำปรึกษาทางด้านสุขภาพ และเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจระหว่างการเดินทาง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น จากการจัดอันดับของ The International Healthcare Research Center (IHRC) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพของ ไทย อยู่อันดับ 6 ของโลก Global Wellness Institute รายงานว่า ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ ไทยมีมูลค่าถึง 200,000 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 7 เนื่องจากมีจุดแข็ง (Wong, Velasamy et al. 2014) คือ

- สถานพยาบาล บุคลากร และการให้บริการมีมาตรฐานได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ

- อัตราค่าบริการไม่สูงนักหากเทียบกับคุณภาพ
- ค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวไม่สูง มีสายการบินที่ครอบคลุมการเดินทาง และมีความรวดเร็วด้านการติดต่อประสานงาน
- การประยุกต์ใช้ทรัพยากรด้านสุขภาพที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น ธุรกิจสตูดิโอสอนการทำสมาธิและโยคะที่ประยุกต์ความรู้ด้านการทำสมาธิตามหลักพุทธศาสนา ธุรกิจสปาที่ใช้สมุนไพรหรือทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่รวมถึงธุรกิจการสอนทักษะกีฬาประจำชาติอย่างมวยไทยที่กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นต้น

ขณะเดียวกันที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ปี 2561 รายได้ของกลุ่มธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนที่พึ่งพารายได้จากกลุ่มลูกค้าคนไทยระดับกลาง จะขยายตัวร้อยละ 7-9 แม้ภาวะเศรษฐกิจจะยังไม่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน แต่คนไข้ยังต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรักษาพยาบาล ทำให้การเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก หรือมีค่ารักษาพยาบาลไม่เกินวงเงินที่ทางบริษัทประกันกำหนด ส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนที่จับกลุ่มคนไทยรายได้ปานกลาง มีอัตราการเติบโตดี โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะมีรายได้ตั้งแต่ 100,000 บาทต่อปีขึ้นไป กระจายอยู่ในกรุงเทพฯ และภาคกลางเป็นหลัก นอกจากนี้ โรงพยาบาลที่เน้นจับกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีรายได้มากกว่า 500,000 บาทต่อปี และเป็นกลุ่มที่ถูกขับเคลื่อนจากคนไข้ต่างชาติด้วย คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 6-8 (สิรินภัสรา ศิริภัสโรภคิน 2018)

ส่วนกลุ่มลูกค้าต่างชาติ ศูนย์วิจัยกสิกรได้ประมาณการส่วนแบ่งตลาดจากคนไข้แต่ละประเทศ ซึ่งคำนวณจากรายได้ของโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 70 ของรายได้ทั้งหมดในตลาดหลักทรัพย์ พบว่า กลุ่มตะวันออกกลาง อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โอมาน คูเวต กาตาร์ ครองส่วนแบ่งสูงสุดที่ร้อยละ 12.5 ตามด้วยเมียนมาร์ร้อยละ 8.7 สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 6.2 สหราชอาณาจักรร้อยละ 5.0 ญี่ปุ่นร้อยละ 4.9 กัมพูชาร้อยละ 2.2 และอื่นๆ รวมร้อยละ 60.4

โดยในปี 2561 นี้ จะมีคนไข้ชาวต่างชาติมาใช้บริการรักษาพยาบาลประมาณ 3.42 ล้านครั้ง แบ่งเป็น Medical Tourism ประมาณ 2.5 ล้านครั้ง และกลุ่ม EXPAT หรือกลุ่มลูกค้าต่างชาติที่ทำงานและพำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย ประมาณ 9.2 แสนครั้ง สภาพเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น พฤติกรรมการใส่ใจสุขภาพ ภาวะสังคมสูงวัย แนวโน้มที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปนอกภูมิภาคเพิ่มขึ้น พฤติกรรมการใส่ใจสุขภาพ ภาวะสังคมสูงวัย แนวโน้มที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปนอกภูมิภาคเพิ่มขึ้นทั้งด้านจำนวนและความถี่ ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสารรวมทั้งสังคมออนไลน์ทำให้

เข้าถึงและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้สะดวกขึ้น ประกอบกับรัฐบาลได้ขยายเวลาพำนักในประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศ CLMV และจีน ปัจจุบันดังกล่าวเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนอกจากนั้นความหลากหลายของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สภาพอากาศที่ไม่แปรปรวนมาก และไม่มีภัยธรรมชาติที่รุนแรง นับเป็นปัจจัยบวกต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม (วรวิทย์ จันทน์มุต and จินตนา สมสวัสดิ์ 2017) การดำเนินงานในระยะเร่งด่วน ภายใน 2 ปี ระหว่างพ.ศ. 2559-2560 มีการเร่งจัดทำระบบประกันสุขภาพสำหรับต่างชาติ การพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนน้ำร้อน 7 จังหวัด ขยายเวลาพำนักในไทย กรณีเข้ารับรักษาพยาบาลกลุ่มประเทศกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม และจีน จาก 14-30 เป็น 90 วัน จัดทำแพ็คเกจสุขภาพพัฒนาสถานบริการทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัดท่องเที่ยว พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการเชิงสุขภาพ ล่าสุด รัฐบาลเพิ่มมาตรการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยขยายเวลาพำนักในราชอาณาจักรไทยเพิ่มขึ้นรวม 90 วันสำหรับกลุ่มประเทศ CLMV และสาธารณรัฐประชาชนจีนเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางมารับการรักษาพยาบาลในไทย นอกจากนี้ยังขยายระยะเวลาพำนักระยะยาวเป็นเวลา 10 ปี ให้แก่ชาวต่างชาติจาก 14 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี เนเธอร์แลนด์ นอร์เวย์ สวีเดน สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร แคนาดา และสหรัฐอเมริกา ซึ่งทั้งสองมาตรการจะช่วยส่งเสริมให้การเป็นศูนย์กลางสุขภาพระดับโลกของประเทศไทยได้รับการยอมรับจากนานาประเทศมากยิ่งขึ้น

จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาไทย ประกอบกับแนวโน้มของคนจีนที่เดินทางไปรักษาพยาบาลในต่างประเทศเพิ่มขึ้นนั้น ทำให้โรงพยาบาลเอกชนเน้นจับกลุ่ม Medical Tourism จีนมากขึ้น ด้วยกำลังซื้อที่สูงและการแพทย์ในประเทศจีนมีไม่เพียงพอกับความต้องการของคนในประเทศ ทำให้กลุ่ม Medical Tourism (อัญชญา ณ ระนอง 2011) ชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีจำนวนกว่า 630,000-650,000 ราย ซึ่งจากจำนวนดังกล่าวคาดว่าจะมีไม่ต่ำกว่า 40,000 ราย ที่จะเดินทางมายังประเทศไทยภายในปี 2561 นี้ โดยปี 2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาเที่ยวไทยประมาณ 10.4-10.6 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 6.1-8.2 สะท้อนให้เห็นว่าตลาดจีนน่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพของไทย มีความคุ้นเคยหรือชื่นชอบท่องเที่ยวไทย รวมถึงอาหารและแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ อีกทั้งการบริการทางการแพทย์ไทยก็ค่อนข้างมีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับในเรื่องของคุณภาพและการรักษาที่ได้มาตรฐานสากล คุ่มค่าคุ่มราคา (Wong, Velasamy et al. 2014) คาดว่าในปี 2561 นี้ ตลาดคนไข้ต่างชาติยังคงเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของธุรกิจ

โรงพยาบาลเอกชน โดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชนที่จับตลาดคนไข้ต่างชาติ ซึ่งจะมีคนไข้ชาวต่างชาติ มาใช้บริการรักษาพยาบาลประมาณ 3.42 ล้านครั้ง โดยกลุ่มคนไข้ชาวเอเชีย โดยเฉพาะญี่ปุ่น เมียนมาและจีน จะเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นทดแทนกลุ่มคนไข้ตะวันออกกลางที่มีบทบาทลดลง และจากจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาไทย ประกอบกับแนวโน้มของคนจีนที่เดินทางไปรักษาพยาบาลในต่างประเทศเพิ่มขึ้นนั้น ทำให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนของไทยมีโอกาสขยายตลาด Medical Tourism ไปยังกลุ่มลูกค้าจีนมากขึ้น โดยเฉพาะการให้บริการในเรื่องของความงาม (Beauty) ที่คนจีนให้ความสนใจเพิ่มขึ้น ซึ่งไทยเองก็ค่อนข้างมีศักยภาพในการแข่งขัน เช่น ศัลยกรรมความงามบนใบหน้า ภาวะมีบุตรยาก รวมถึงบริการที่ไม่ซับซ้อน เช่น ทันตกรรม เวชศาสตร์ชะลอวัย หรือแม้แต่ตรวจสุขภาพ แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยก็อาจจะต้องเผชิญการแข่งขันกับญี่ปุ่น เกาหลีใต้และมาเลเซีย ซึ่งเป็นตลาดหลักของกลุ่ม Medical Tourism ของชาวจีนเช่นกัน โดยกลุ่มลูกค้าที่น่าสนใจคือ 1. กลุ่มที่มีภาวะมีบุตรยาก และ 2. กลุ่มที่เน้นการดูแลด้านความงาม จากกระแสความงาม (Beauty) ของคนจีนที่ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

นอกจากการผ่าตัดศัลยกรรมบนใบหน้าแล้ว ยังมีบริการด้านความงามอื่นๆ ที่คาดว่าจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เป็นบริการทางการแพทย์ที่ไม่ซับซ้อน เช่น ทันตกรรม (Dental) การดูแลผิวพรรณ เวชศาสตร์ชะลอวัย (Anti-aging) หรือแม้แต่การดูแลสุขภาพเชิงบำบัดต่างๆ (Wellness) เช่น ตรวจสุขภาพ การฟื้นฟูหรือพักผ่อนสุขภาพร่างกายในกลุ่มผู้สูงอายุ ก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเช่นกัน และน่าจะเป็นโอกาสในการเจาะตลาดของผู้ประกอบการไทยทออย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาด Medical Tourism ของชาวจีนจะมีแนวโน้มขยายตัวอีกมาก แต่ไทยก็ต้องเผชิญการแข่งขันกับคู่แข่งที่สำคัญอย่างญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และมาเลเซีย อีกทั้งการจะขยายตลาด Medical Tourism ได้นั้น อาจจะต้องใช้เวลาในการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานในการรักษาพยาบาลให้มีความน่าเชื่อถือทั้งนี้ ในระยะข้างหน้า (Han, Kiatkawsin et al. 2017) หากผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนไทย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับกลยุทธ์และเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า หรือพัฒนาจุดแข็งที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ก็น่าจะทำให้สัดส่วนของกลุ่ม Medical Tourism จากต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และอาจจะมีโอกาสขยายตลาดไปสู่บริการทางการแพทย์อื่นๆ อย่าง โรคที่ซับซ้อนหรือรุนแรง เช่น ผ่าตัดหัวใจ ศัลยกรรมกระดูกและข้อ เป็นต้น

จากการประเมินศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ทวีปเอเชียจัดเป็นตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพสูง ภูมิภาคนี้สามารถสร้างรายได้จากการใช้บริการของชาวต่างประเทศเป็นมูลค่าถึง 3.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปีพ.ศ. 2550 โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 12.7 ของตลาดโลกที่คาดว่า มีมูลค่าตลาดรวมถึง 26.77 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ประมาณการไว้ว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 17.6 ในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2550-2555 (Tourism Authority of Thailand,2009) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ซึ่งได้แก่ ไทย สิงคโปร์ อินเดีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น มีปัจจัยสนับสนุนหลัก 3 ประการ (Rittichainuwat and Chakraborty 2009) ดังนี้

- การขยายตัวของชนชั้นกลางทั่วโลกที่มีระดับรายได้ที่สูงขึ้นซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายด้านท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย
- ผู้บริโภคทั่วโลกหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพของตนเองมากขึ้น ซึ่งถูกกระตุ้นจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases, NCDs) และความเครียดจากการทำงาน
- เทรนด์การท่องเที่ยวที่นิยมการสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม

แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคตจะต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการสำหรับธุรกิจการเดินทางและเทคโนโลยีระบบนำทางที่พักรวม ภัตตาคาร ร้านอาหาร เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับระบบการนัดและสปาสมุนไพรเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปา การแพทย์ทางเลือก และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เทคโนโลยีที่ใช้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุการประเมินความเสี่ยงของสถานที่ท่องเที่ยวหรือสภาพภูมิศาสตร์ ระบบผู้เชี่ยวชาญแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสม เป็นต้น ควรมุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีที่จะช่วยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เช่น นำระบบ Digital Health Care และแพลตฟอร์มต่างๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการให้บริการกลุ่มผู้สูงอายุหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ พัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลเพื่อการตลาดเชิงผสมผสานเพื่อจัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว พัฒนาตัวแบบธุรกิจรูปแบบใหม่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำตลาดแบบเกื้อกูล ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพันธมิตรการท่องเที่ยว เช่น ภาครัฐและเอกชน รวมทั้งคนในท้องถิ่น (Janchai 2017)

โดยมีการคาดการณ์ อัตราการเติบโตของ Wellness Economy ปี 2558 – 2563 ของกลุ่มกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 อัตราการเติบโตของ Wellness Economy ปี 2558 - 2563

กลุ่ม	พันล้านบาทเหรียญสหรัฐ		อัตราการขยายตัวต่อปี
	ปี 2558	ปี 2563	
สปา	77.6	103.9	6.0%
น้ำพุร้อน/น้ำแร่	51.0	64.6	4.8%
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	563.2	808.0	7.5%
สุขภาพในที่ทำงาน	43.3	55.1	5.0%
ไฟล์สไตล์เพื่อสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์	118.6	152.8	5.2%

ที่มา: Global Wellness Economy Monitor 2017 (Yeung and Johnston 2017)

จากผลการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพของประเทศไทยสู่ตลาดโลก พบว่า ผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลส่วนใหญ่เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง โดยมีแผนเดินทางมาเพื่อการรักษาพยาบาลที่ใช้เวลาไม่เกิน 15 วัน เดินทางมาพร้อมกับญาติหรือครอบครัว ผู้เข้ารับบริการรู้จักโรงพยาบาลจากอินเทอร์เน็ต คุณลักษณะโรงพยาบาลที่เลือกคือ ความทันสมัยและการมีเทคโนโลยีทางการแพทย์ หลังการรับบริการแล้วผู้เข้ารับบริการมีความพึงพอใจต่อแพทย์มีความเชี่ยวชาญรักษาโรคเฉพาะทาง ส่วนใหญ่บอกว่าจะกลับมาอีกแน่นอน และมีความสนใจใช้บริการการท่องเที่ยวที่ผนวกการตรวจสุขภาพประจำปีไว้ด้วยกัน (Sankrusme 2012)

จากข้อมูลที่ผ่านมาเป็นการท่องเที่ยวสุขภาพเชิงการแพทย์ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปีสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกรูปแบบหนึ่ง คือ เป็นการป้องกันและการสร้างเสริมสุขภาพนั้น มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับอุตสาหกรรมสปาและสุขภาพ (Spa and Wellness) ซึ่งในระยะเวลาที่ผ่านมาอุตสาหกรรมนี้มีการเติบโตเป็นอย่างมาก และยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งเป็นผลมาจากวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันที่ขาดการออกกำลังกายและการเคลื่อนไหวร่างกายในชีวิตประจำวันอย่างพอเพียง ดังนั้น คนเมืองในปัจจุบันที่ต้องการหาความสมดุลและคุณภาพชีวิตเพื่อที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานในการส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิต การใช้บริการ สปาจึง

มีบทบาทมากขึ้น ปัจจุบันธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีผู้ประกอบการจำนวนมากคิดเป็นอันดับ 1 ใน 3 ของอุตสาหกรรมสปาโลกโดยในปีที่ผ่านมาตลาดธุรกิจสปาไทยมีอัตราการเติบโตและยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง สปากลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับระดับสากลในด้านคุณภาพ การบริการและผลลัพธ์ที่ดีต่อสุขภาพที่มีความสำคัญไม่แพ้ธุรกิจบริการประเภทอื่น เมื่อทราบถึง การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับประเทศไทยและระดับสากลแล้วนั้นสิ่งที่สำคัญต่อมาคือการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับธุรกิจโรงแรมว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับธุรกิจโรงแรม

เนื่องจากธุรกิจโรงแรมสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักได้โดยตรงและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มจากการให้บริการ โดยนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยอาจร่วมมือกับธุรกิจอื่นในพื้นที่เพื่อเพิ่มทางเลือกด้านกิจกรรมที่หลากหลายแก่แขกที่เข้าพัก หรืออาจพัฒนารูปแบบการให้บริการที่มีอยู่เดิมให้มีความแปลกใหม่ เช่น บริการสปาด้วยทรายขัดผิวจากทะเล สปาหย่อมกหรือการใช้น้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรท้องถิ่นมาสร้างบรรยากาศเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความแตกต่างที่ไม่สามารถพบได้โดยทั่วไป (Hirankitti, Mechinda et al. 2009)

แนวโน้มการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในหลากหลายประเทศอาศัยการพัฒนาสถานที่พักเพื่อให้เกิดความพร้อมและความสะดวกในการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการมีอาชีพจึงอยู่ในรูปแบบของธุรกิจโรงแรม เพื่อเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาพื้นที่เหล่านั้นให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว พร้อมทั้งสร้างความสะดวกสบายอื่นๆ เพื่อรองรับการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยธุรกิจโรงแรมอีกรูปแบบหนึ่งคือ การนำเอาธรรมชาติเข้ามาหานักท่องเที่ยว ตามหลักการแล้วการใช้น้ำบำบัดเพื่อสุขภาพควรเป็นการอาบน้ำกลางแจ้งโดยใช้น้ำพุร้อนธรรมชาติ แต่การเข้าไปพัฒนาหรือใช้ประโยชน์จากพื้นที่ธรรมชาติโดยตรงอาจเป็นข้อจำกัดของธุรกิจโรงแรม ดังนั้น สิ่งที่เกิดขึ้นคือการจำลองธรรมชาติเข้ามาไว้ในโรงแรมด้วยการชาน้ำ หรือการใช้กลิ่นหอมของธรรมชาติ เป็นต้น การปรับแต่งทดแทนธรรมชาติเหล่านี้มีความสำคัญมากกับการสร้างบรรยากาศให้กับธุรกิจสปาตลอดจนยังเป็นจุดขายที่สำคัญอีกด้วย ตัวอย่างของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เกิดขึ้นในโรงแรมชั้นนำ โรงแรมโอเรียนเต็ล เพิ่มการ

บริการในด้านสุขภาพให้กับลูกค้าที่มาพักในโรงแรมโดยเปิดให้บริการโอเรียนเต็ลสปา ในปี พ.ศ. 2536 ซึ่งถือว่าเป็น Hotel Spa แห่งแรก ในปีถัดมาชีวาศรมเปิดให้บริการและเป็นที่รู้จักในนามของ Destination Spa แห่งแรก เน้นการให้บริการส่งเสริมสุขภาพเป็นการเฉพาะ มีลูกค้าเฉพาะกลุ่มคือกลุ่มที่มีรายได้สูงและสนใจที่จะฟื้นฟูสุขภาพ ในการให้บริการจะใช้บุคลากรเป็นผู้เชี่ยวชาญในทั้งในและต่างประเทศซึ่งมีความรู้ด้านสุขภาพโดยตรง (กัญญ์นัชชา บุนนาค 2016)

หลังจากปี พ.ศ.2540 ธุรกิจสปาได้เข้ามามีบทบาทและเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น การให้บริการสปาถูกวางตำแหน่งให้เป็นบริการสำคัญในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพหรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของกิจกรรมหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพโดยตรง โรงแรมชั้นนำหลายแห่งได้พัฒนาระบบบริหารสภาของตนเอง เช่น โอเรียลเต็ล บันยันทรี ชิกเซนต์ เป็นต้น โรงแรมสปาหรือผู้ประกอบการสปาชั้นนำจำนวนมากอาศัยระบบบริหารจัดการของสปาจากต่างประเทศ และมีการแข่งขันที่ทำให้เกิดการหาแนวทางในการบริหารของตัวเองมาเป็นจุดขายเช่นการมีผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศหรือเครื่องมือพิเศษ (สมศรี ศิริไหวประพันธ์ and วุฒิชชาติ สุนทรสมัย 2016)

ในช่วงปี 2544 - 2546 ธุรกิจสปาเติบโตอย่างรวดเร็วมีการแข่งขันกันสูงโรงแรมหรือรีสอร์ทสปาได้กระจายไปแทบทุกโดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวต่างๆ สำหรับโรงแรม สปาสามารถกลายเป็นจุดเด่นพิเศษที่เป็นการให้บริการที่จำเป็นต้องมี เช่นเดียวกับการมีห้องออกกำลังกายและสระว่ายน้ำ ส่วนโรงแรมระดับอื่นๆ สปายังเป็นจุดขายสำคัญที่ช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน ในส่วนของกิจกรรมนอกโรงแรมนั้น Stand Alone Spa หรือ Day Spa เป็นส่วนหนึ่งของกระแสการดูแลสุขภาพ ใส่และรักษาตัวเองมากขึ้นเรื่อยๆของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้การให้บริการสปาในโรงแรมหลายแห่งเป็นการให้ Stand Alone Spa หรือ Day Spa จากภายนอกมาเช่าพื้นที่ของโรงแรมหรือมีการจัดแบ่งรายได้ระหว่างกัน (เพ็ญศรี วรรณสุข 2013) นอกจากนี้ธุรกิจสปาแล้วยังมีธุรกิจจริงๆที่เกี่ยวข้องได้เติบโตควบคู่กันไป ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณที่ใช้ในสปา ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และน้ำมันหอมระเหย ตลอดจนสถาบันอบรมบุคลากรและผู้ประกอบการ เป็นต้น

ในปัจจุบันโรงแรม รีสอร์ท ที่พักหลายแห่งนอกจากจะมีบริการยิม สนามกอล์ฟ สระว่ายน้ำ และสปาให้ลูกค้า และยังมีบริการเสริมคอร์สพิเศษ เช่น โยคะในช่วงวันหยุดเพื่อฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ แพ้เคจสปาดีที่ออกซ์และปรับสภาพร่างกาย เมนูอาหารพิเศษ (อาหารคลีน) เพื่อการรักษาสุขภาพ แพ้เคจการพักผ่อนและลดน้ำหนักในช่วงวันหยุด อีกทั้งยังมีการเสริมโปรแกรมอาหารเพื่อ

สุขภาพของโรงแรมและรีสอร์ท (Bhrammanachote 2016) นอกจากนั้นสำหรับโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปก็ยังได้เพิ่มการแข่งขันในด้านอุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพักเพื่อให้การพักผ่อนอย่างสูงสุดแก่ลูกค้า เช่น โรงแรมเวสติน (Westin) ได้ลงทุนเปลี่ยนที่นอนแบบใหม่ที่จะให้ความสบายมากที่สุดเพื่อการพักผ่อนอย่างเต็มที่และสุขภาพที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ทั้งนี้ยังไม่รวมโปรแกรมการออกกำลังกายและเมนูอาหารที่จัดพิเศษเฉพาะปัญหาและความต้องการทางสุขภาพของลูกค้าแต่ละคนอีกด้วย ทางด้านเซราตัน (Sheraton) มีการจัดบริการ “เซราตัน ฟิตเนส” (Sheraton Fitness) ที่มีทั้งบริการอาหารเพื่อสุขภาพ บริการให้คำปรึกษาด้านการออกกำลังกาย บริการฟรีอุปกรณ์การออกกำลังกายต่างๆ และบริการดีไซน์การออกกำลังกายที่เหมาะสมแก่ลูกค้าแต่ละคน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย โดยปกติแล้วสามารถที่จะจัดขึ้นภายในโรงแรมได้ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้ใช้จ่ายเงินได้ โดยในปี 2558 มี ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกระจายอยู่ในกิจกรรมต่างๆดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปี 2558

ประเภท	รายจ่าย (Billion USD)	ธุรกิจ
ที่พัก	115.0	รีสอร์ทและสปาเพื่อสุขภาพ
อาหารและเครื่องดื่ม	91.4	ร้านอาหารสุขภาพ อาหารอินทรีย์
ร้านค้าปลีก	86.6	ร้านขายสินค้าเกี่ยวกับสปา เสื้อผ้าเครื่องใช้ในการออกกำลังกาย อาหารสุขภาพ อาหารเสริม วิตามิน
กิจกรรมต่างๆ	82.0	สปา นวดแผนไทย การออกกำลังกาย โยคะ สมาธิ การทำอาหารสุขภาพ
การเดินทาง	117.8	สายการบิน ธุรกิจรถเช่า ขนส่งสาธารณะ รถไฟ แท็กซี่
บริการอื่นๆ	70.4	ประกันภัย ประกันสุขภาพ การสื่อสาร บริษัททัวร์
รวม	563.2	

ที่มา: Global Wellness Economy Monitor 2017 (Yeung and Johnston 2017)

จากตารางที่ 2 พบว่า รายจ่ายที่สูงที่สุดของนักท่องเที่ยวเกิดจากกิจกรรมการเดินทาง เช่น สายการบิน ธุรกิจรถเช่า ขนส่งสาธารณะ รถไฟ แท็กซี่ รองลงมาคือรายจ่ายที่เกิดจากที่พัก เช่น รีสอร์ทและสปาเพื่อสุขภาพ ในส่วนของรายจ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มสูงเป็นอันดับที่ 3 เกิดจากร้านอาหารสุขภาพ อาหารอินทรีย์ ซึ่งอาหารและเครื่องดื่มนั้นเป็นส่วนที่โรงแรมสามารถจัดบริการแก่ลูกค้าได้ อันดับต่อไปคือร้านค้าปลีก เช่น ร้านขายสินค้าเกี่ยวกับสปา เสื้อผ้าเครื่องใช้ในการออกกำลังกาย อาหารสุขภาพ อาหารเสริม วิตามิน อันดับที่ทำให้เกิดจากกิจกรรมต่างๆ เช่น สปา นวดแผนไทย การออกกำลังกาย โยคะ สมาธิ การทำอาหารสุขภาพ ซึ่งผู้ประกอบการโรงแรมสามารถจัดบริการได้ในโรงแรมได้ ลำดับสุดท้ายคือรายจ่ายที่เกิดจากบริการอื่นๆ เช่น ประกันภัย ประกันสุขภาพ การสื่อสาร บริษัททัวร์ เป็นต้น

เมื่อทำการศึกษาความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับธุรกิจโรงแรมแล้วนั้น โดยทั่วไปแล้วประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยวมากมาย ซึ่งเกาะสมุยถือเป็นอีกหนึ่งแห่งที่เป็นที่ยอมรับสำหรับนักท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนเกาะสมุย

เกาะสมุย เป็นเกาะที่อยู่กลางอ่าวไทย มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 รองจากเกาะภูเก็ต และเกาะช้าง มีเนื้อที่ประมาณ 12,891 ตารางกิโลเมตร หรือ 8,056,875 ไร่ ตั้งอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งถือเป็นเมืองหลักในการท่องเที่ยวและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอันดับต้นๆ ของประเทศ เกาะสมุยมีหาดทรายขาวขนานไปกับทะเลและทิวมะพร้าวริมชายหาดเกือบรอบเกาะ เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวที่สร้างความหลงใหลให้กับผู้มาเยือน หาดทรายบนเกาะสมุยที่ได้รับความนิยม คือ หาดเฉวง หาดละไม หาดบ่อผุด และหาดแม่น้ำ ไม่เพียงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเท่านั้น เกาะสมุยยังเพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบที่ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นด้านที่พักหรือบริการตั้งแต่บังกะโลไปจนถึงรีสอร์ทระดับหรู เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทุกระดับ มีการคมนาคมที่สะดวก และมีสนามบินเป็นของตัวเอง มีสปาและบริการนวดเพื่อผ่อนคลาย สถานบันเทิงยามค่ำคืน และความหลากหลายของร้านอาหาร ก็เป็นอีกเสน่ห์ที่ชวนให้นึกถึง มีกิจกรรมเพื่อเพิ่มสีสันให้แก่วันหยุดพักผ่อนมากมาย ที่รอให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสกับประสบการณ์และความประทับใจบนเกาะที่ได้รับการขนานนามว่า "สวรรค์กลางอ่าวไทย"

สปาไทยมีอัตลักษณ์ที่เป็นหนึ่งแตกต่างจากสปาทั่วโลก คือ ภูมิปัญญาที่ส่งเสริมกันมา ต่อเนื่องยาวนาน กิริยามารยาทที่อ่อนน้อมนุ่มนวล ซึ่งเป็น วัฒนธรรมของคนไทย และการดูแลเอาใจ ใส่ของผู้ให้บริการ และเทอราปิสต์ของคนไทยนั้นมีเรื่องราวความเป็นมาที่ถือเป็นหลักปฏิบัติของคนไทย เช่น การนวดให้แก่ลูกค้าต้องไหว้ครูเพื่อเป็นการรำลึกถึงครูผู้สอนวิชา การใช้สมาธิในการให้บริการ เหล่านี้ เป็นต้น ที่ทำให้ลูกค้าต่างชาติชื่นชมว่าสปาไทยมีวัฒนธรรมที่ต่างจากที่อื่น ๆ นอกจากนี้ แล้วสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจก็คือ ภูมิปัญญาพื้นบ้านของไทย ซึ่งมีการนำสมุนไพรมาใช้ ประกอบการให้บริการการนวดและรักษาบรรเทาตลอดจนสิ่งละอันพันละน้อย เช่น การจัดเรียง ดอกไม้ในภาชนะไว้อย่างสวยงาม การพับผ้าในรูปแบบต่าง ๆ การให้บริการการนวดหลากหลาย รูปแบบ เช่นการบำบัดแบบเลกิ (Legi) การฝังตัวในทราย สมุขสครับ (ซึ่งมีเพียงแห่งเดียวในสมุข) เป็นต้น ซึ่งการบริการแต่ละประเภทต้องอาศัยนักบำบัดผู้เชี่ยวชาญตลอดจนธรรมชาติแวดล้อมที่ เอื้ออำนวยต่อการบำบัดให้ได้ประสิทธิภาพ ซึ่งทั้งหมดนี้ประเทศไทยมีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน (สุณีย์ ล่องประเสริฐ and ปลื้มใจ ไพจิตร 2016)

เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเกาะที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพราะเกาะสมุยมีทั้งทะเล แสงแดด ในปี พ.ศ. 2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนเกาะสมุยราว 2 ล้านคน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้เงินเกี่ยวกับสปาทั้งหมดโดยประมาณร้อยละ 15 – 20 ของการใช้จ่าย รองลงมาจากค่าห้องพักด้านตัวเลขของธุรกิจสปา ในปัจจุบันมีการเติบโตถึงร้อยละ 20 และคาดว่าจะเติบโตเพิ่มอีกประมาณร้อยละ 10 ในช่วงระยะเวลาอันใกล้นี้ เพราะเกาะสมุยยังสามารถลงทุนเพิ่มได้อีกมาก มีศักยภาพมากที่จะผลักดันให้เป็นศูนย์กลางสปา(Hub of spa) เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันพร้อมการเดินทางที่สะดวกสบายทั้งทางเครื่องบินและทางเรือข้ามฟากรวมถึงโรงแรมชั้นนำระดับโลกที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างมากมาย (อริญ วานิชกร 2015) ซึ่งสร้างรายได้มหาศาลให้กับเกาะสมุยแม้ธุรกิจสปาจะเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพแต่ยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับจำนวนบุคลากรที่มีความรู้และเชี่ยวชาญต่อการบริหารธุรกิจสปาอย่างแท้จริง ซึ่งยังมีไม่เพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวของสถานบริการสปาที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดปัญหาการแย่งตัวกันด้วยการเสนอผลตอบแทนที่สูง สถานบริการสปาที่มีอยู่หลายแห่งมีข้อจำกัดในด้านการควบคุมคุณภาพและการให้บริการสปาอย่างถูกต้องตามมาตรฐานเดียวกัน สาเหตุสำคัญมาจากการที่ธุรกิจสปาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน มีทั้งที่ถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย

ข้อมูลจากที่ทางการปกครองจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ที่พัก/โรงแรมที่จดทะเบียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 121 แห่งในปี 2555 เป็น 137 แห่ง ในปี 2559 แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในการที่จะรองรับการท่องเที่ยวได้มากขึ้น เมื่อพิจารณาถึงจำนวนธุรกิจที่พัก/โรงแรม/Home Stay/Guest House ที่ได้รับรองมาตรฐาน พบว่า ในปี 2559 มีจำนวน 1,183 แห่ง มีจำนวนห้องทั้งหมด 37,981 ห้อง เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 1.62 โดยมีอัตราเข้าพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.24 และมีจำนวนผู้เข้าพัก 4.85 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.18

เกาะสมุย ยังมีรีสอร์ทและที่พักสวยๆ หลายแห่ง การเดินทางสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า ร้านอาหาร สถานบันเทิง ไม่ต่างกับเมืองใหญ่ๆ แต่ยังคงมีความสงบอยู่เหมาะกับการมาพักผ่อน มีลักษณะทางธรรมชาติที่สวยงาม สมนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ เรียกเกาะสมุยว่า "สวรรค์กลางอ่าวไทย"



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และเสนอแนวทางการพัฒนาโครงการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ MUSA Retreat เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมตามจุดมุ่งหมาย จึงเลือกใช้วิธีการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยมีดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ทางสถิติ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเยือนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ. ศ. 2559 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเยือนเกาะสมุยจำนวน 1,976,921 คน และคาดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนเกาะสมุยในปี พ.ศ. 2561 จะมีจำนวนมากกว่า 2,000,000 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากการเปิดตารางของยามาเน่ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัยนี้ จำนวน 400 คน

1.3 ดำเนินการเก็บข้อมูลการตอบแบบสอบถามใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ยินดีให้ข้อมูล

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

2.1 ศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บริการและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาในเรื่องความต้องการในกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

2.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบสอบถาม แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขโดยความเที่ยงตรงของเนื้อหาหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC: Index of Item Objective Congruence) (ภาคผนวก ก: จดหมายเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย) คือ การให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสัมภาษณ์การวิจัยโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรโดยมีเกณฑ์

ดังนี้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.85 สามารถนำไปทดลองใช้ได้

2.4 ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อการปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้าย ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการนำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha) (1970) ตามสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

เมื่อ α = สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

k = จำนวนข้อ

s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

s_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

โดยค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือได้เท่ากับ 0.88

2.5 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน รวมถึงรูปแบบการพิมพ์แบบสอบถามเพื่อให้เหมาะสม แล้วไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนเกาะสมุยในกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความต้องการในการพักผ่อน พฤติกรรมการใช้บริการ กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และความต้องการในกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ (Checklist)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ต่อไปนี้ จัดเตรียมแบบสอบถามให้พร้อมที่จะทำการเก็บข้อมูลและวางแผนในการเก็บข้อมูล และนำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดย

ผู้ทำการวิจัยเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในวันธรรมดา และวันหยุดสุดสัปดาห์ ในช่วงเวลาต่างกัน เพื่อให้มีการกระจายของข้อมูล

4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเกาะสมุยจำนวน 400 คน

4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

ศึกษาและรวบรวมเอกสาร บทความ ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์ต่างๆ และค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดทฤษฎีต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเขียนรายงานผลการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อหาค่าสถิติ ดังนี้

1. ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ซึ่งจะประกอบไปด้วย เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพและรายได้ ซึ่งได้นำข้อมูลมาใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปค่าความถี่เป็นร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางและความเรียง

บทที่ 4
รายงานผล สรุปและอภิปรายผล

บทนี้เป็นการรายงานผลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมถึงการสรุปและอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา

1. ผลที่ได้จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผลที่ได้จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน มีดังนี้ ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	176	44.0
หญิง	224	56.0
อายุ		
20-30 ปี	184	46.0
31-40 ปี	60	15.0
41-50 ปี	104	26.0
มากกว่า 50 ปี	52	13.0
รวม	442	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชายร้อยละ 44.0 และเป็นหญิงร้อยละ 56.0 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 46.0 มีอายุระหว่าง 41-50 ปีร้อยละ 26.0 และมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-10 เป็นพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติที่มาเยือนเกาะสมุย

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักในเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้ง	352	88.0
สิ่งอำนวยความสะดวก	34	8.5
การออกแบบ	10	2.5
ชื่อโรงแรม (Brand)	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 88.0 ได้แก่ทำเลที่ตั้ง รองลงมาได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 8.5 การออกแบบ ร้อยละ 2.5 และชื่อของโรงแรมร้อยละ 1.0

ตารางที่ 5 สาเหตุที่เลือกพักโรงแรมในท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้ง	176	44.0
ความคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย	153	38.25
การออกแบบ	71	17.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกพักในโรงแรมท้องถิ่นที่ไม่ได้เป็นโรงแรมในเครือข่าย เนื่องจากทำเลที่ตั้งของโรงแรมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.0 และเนื่องจากความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายรองลงมาคิดเป็นร้อยละ 38.5

ตารางที่ 6 การออกกำลังกายหรือรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพระหว่างวันพักผ่อนของนักท่องเที่ยว

การออกกำลังกายหรือรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพระหว่างวันพักผ่อน	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	225	56.25
ไม่ใช่	175	43.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ออกกำลังหรือรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 56.0

ตารางที่ 7 พฤติกรรมการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการรับประทาน อาหาร	ไม่ใช้		ใช้		บางครั้ง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นับแคลอรีหรือระมัดระวังในการ รับประทาน	125	31.25	43	10.75	232	58.0
ต้องการอาหารออกกานิคหรือ ปลอดสารพิษ	149	37.25	240	60.0	11	2.75
ยินดีจ่ายเพิ่มเพื่ออาหารสดจาก ฟาร์มหรือเห็นกระบวนการผลิต	123	30.75	277	69.25	-	-

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใส่ใจและระมัดระวังในการรับประทานอาหารเช้าทั้งบางครั้งและทำเสมอคิดเป็นร้อยละ 68.75 (ร้อยละ 58 + ร้อยละ 10.75) มีเป็นส่วนน้อยที่รับประทานอาหารเช้าโดยไม่สนใจแคลอรี คิดเป็นร้อยละ 31.25

นอกจากระมัดระวังในเรื่องแคลอรีแล้วผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังต้องการรับประทานอาหารเช้าแบบออแกนิกหรืออาหารที่ปลอดสารพิษคิดเป็นร้อยละ 60.0 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 69.25 ยังยินดีจ่ายเงินค่าอาหารเพิ่มถ้าได้รับประทานอาหารที่สดจากฟาร์มหรือเห็นกระบวนการผลิต

ตารางที่ 8 การใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การใช้บริการนวดแผนไทย	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	253	63.25
ใช้บริการเป็นประจำ	76	19.0
ไม่เคยใช้บริการ	71	17.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการนวดแผนไทยร้อยละ 62.25 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นประจำร้อยละ 19.0 มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงร้อยละ 17.75 ที่ไม่เคยใช้บริการนวดแผนไทย

ตารางที่ 9 กิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการ

กิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
การบำบัดโดยใช้กีฬา (Sports Medicine)	149	37.25
โยคะ และ ศาสตร์การออกกำลังกาย (Yoga & Pilates)	95	23.75
โภชนาการบำบัด (Nutrition)	95	23.75
ลดน้ำหนัก (Weight Loss)	83	20.75
ล้างพิษ (Detox)	76	19.0
ที่ปรึกษาทักษะการใช้ชีวิต (Lifestyle Coaching)	72	18.0
การแพทย์ทางเลือกแผนจีน (Traditional Chinese Medicine)	45	11.25
การแช่น้ำ (Bathing)	25	6.25
บริการดูแลผิวพรรณ (Aesthetics Offering)	15	3.75
ธรรมชาติบำบัด (Naturopathy)	7	1.75
การวินิจฉัยโรค (Diagnostic)	7	1.75

จากตารางที่ 9 พบว่ากิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเข้าร่วมจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การบำบัดโดยใช้กีฬา (ร้อยละ 37.25) โยคะและศาสตร์การออกกำลังกาย(ร้อยละ 23.75) โภชนาการบำบัด (ร้อยละ 23.75) ลดน้ำหนัก (ร้อยละ 20.25) ล้างพิษ (ร้อยละ 19.0) ที่ปรึกษาทักษะการใช้ชีวิต (ร้อยละ 18.0) การแพทย์ทางเลือกแผนจีน (ร้อยละ 11.25) การแช่น้ำ (ร้อยละ 6.25) บริการดูแลผิวพรรณ (ร้อยละ 3.75) ธรรมชาติบำบัด (ร้อยละ 1.75) และการวินิจฉัยโรค (ร้อยละ 1.75)

ตารางที่ 10 พฤติกรรมการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

พฤติกรรม	ใช่		ไม่ใช่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลือกพักในโรงแรมเพื่อสุขภาพ	325	81.25	75	18.75
ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกและร่วมกิจกรรมของรีสอร์ทตลอดเวลาที่พักอยู่	208	52.0	192	48.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกพักในรีสอร์ทเพื่อสุขภาพร้อยละ 81.25 และจะใช้สิ่งอำนวยความสะดวกของรีสอร์ทและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของรีสอร์ทตลอดเวลาที่พักอยู่ร้อยละ 52.0

2. สรุปผลที่ได้จากการศึกษา

จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ (n = 400) สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชายร้อยละ 44.0 และเป็นหญิงร้อยละ 56.0 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 46.0

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 88.0 ได้แก่ทำเลที่ตั้งของโรงแรมหรือรีสอร์ท ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกพักในโรงแรมท้องถิ่นที่ไม่ได้เป็นโรงแรมในเครือขาย เนื่องจากทำเลที่ตั้งของโรงแรมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.0 และเนื่องจากความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายรองลงมาคิดเป็นร้อยละ 38.5

ในระหว่างการท่องเที่ยวพักผ่อนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ออกกำลังหรือรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 56.0 พฤติกรรมการบริโภคอาหารส่วนใหญ่ใส่ใจและระมัดระวังในการรับประทานอาหารทั้งบางครั้งและทำเสมอ นอกจากระมัดระวังในเรื่องแคลอรีแล้วผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังต้องการรับประทานอาหารแบบออกานิคหรืออาหารที่ปลอดสารพิษคิดเป็นร้อยละ 60.0 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 69.25 ยังยินดีจ่ายเงินค่าอาหารเพิ่มถ้าได้รับประทานอาหารที่สดจากฟาร์มหรือเห็นกระบวนการผลิต

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการนวดแผนไทยร้อยละ 62.25 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นประจำร้อยละ 19.0 กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเข้าร่วมเป็นลำดับต้นๆ ได้แก่ การบำบัดโดยใช้กีฬา (ร้อยละ 37.25) โยคะและศาสตร์การออกกำลังกาย (ร้อยละ 23.75) โภชนาการบำบัด (ร้อยละ 23.75)

นอกจากนั้นถ้ามีโอกาสผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกพักในรีสอร์ทเพื่อสุขภาพร้อยละ 81.25 และจะใช้สิ่งอำนวยความสะดวกของรีสอร์ทและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของรีสอร์ท ตลอดเวลาที่พักอยู่ร้อยละ 52.0

3. อภิปรายผลและเสนอรูปแบบ MUSA Retreat

เนื่องจากแนวโน้มการใส่ใจสุขภาพของประชากรโลกร่วมกับการเติบโตของการเดินทางท่องเที่ยวโลกที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่มีการเติบโตมากขึ้น ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ในส่วนตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2558 มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประมาณ 300,000 ล้านบาทต่อปี เกาะสมุยเองก็เป็นจุดหมายปลายทางที่มีศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนแบ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเกาะสมุยมีประมาณร้อยละ 15 ของการท่องเที่ยวในภาพรวม และยังคงเป็นภาคส่วนที่มีการเติบโต

จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนเกาะสมุย ถ้ามีโอกาสส่วนใหญ่จะเลือกพักรีสอร์ทเพื่อสุขภาพและต้องการใช้เวลาในการร่วมกิจกรรมเพื่อสุขภาพที่ทางรีสอร์ทมีไว้บริการ โครงการ MUSA Retreat จึงมีความเป็นไปได้สูงเพื่อรองรับความต้องการกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวต้องการ เนื่องจากรีสอร์ทส่วนใหญ่ในเกาะสมุยจะเป็นรีสอร์ทที่ให้บริการสปาเป็นหลักเท่านั้น

เนื่องจากสถานที่ตั้งของรีสอร์ทเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนเกาะสมุย MUSA Retreat จะเป็นรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ติดชายหาดส่วนตัว และด้านหลังติดภูเขา คำว่า Retreat หมายถึงสถานที่เงียบสงบที่เหมาะสมต่อกิจกรรมฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพ แม้ว่าจะมีชายหาดส่วนตัวที่เงียบสงบ แต่ไม่ควรอยู่ห่างจากสนามบินและตัวเมืองเพื่อให้การเดินทางสะดวกสามารถไปสนามบิน หรือโรงพยาบาลได้ในเวลาไม่เกิน 20 นาที นอกจากนั้นยังไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นในเกาะสมุย

จากสถิติการเพิ่มขึ้นของโรคไม่ติดต่อ เช่น เบาหวาน โรคอ้วน ความดันโลหิตสูง และโรคหัวใจ ในระยะ 20 ปีที่ผ่านมา ทำให้ประชากรทั่วโลกหันมาใส่ใจสุขภาพ จากงานวิจัยของ King, Mainous III, Carnemolla, and Everett (2009) การดำเนินชีวิตที่ดีต่อสุขภาพ 5 ประการ ได้แก่ รับประทานอาหาร 5 ชนิดในแต่ละวัน ออกกำลังกายอย่างน้อย 12 ครั้งต่อเดือน รักษาดัชนีมวลกายให้อยู่ระหว่าง 18.5-29.9 กิโลกรัม/ตารางเมตร ไม่สูบบุหรี่และดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่พอสมควร ต่อมา The Harvard Health Letter (2015) เพิ่มเติมสิ่งที่ควรทำเพื่อสุขภาพประการที่ 6 คือ ไม่ควรดูโทรทัศน์มากกว่า 7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ นอกจากนี้นักวิจัยหลายท่านแนะนำว่าโภชนาการที่ดีมี

ความสำคัญต่อสุขภาพ และการนอนหลับวันละ 7-8 ชั่วโมงก็มีความสำคัญต่อสุขภาพเหมือนกัน (Darling, Coccia and Senetore's study, (2012) ดังนั้นเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมสุขภาพ MUSA Retreat จึงควรสนับสนุนให้ผู้มาพักมีการดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐานเหล่านี้ โดยเน้นที่ กิจกรรม กีฬาและการออกกำลังกายและอาหารเพื่อสุขภาพ

ในบริเวณของ MUSA Retreat ควรมีการแบ่งโซน เป็นส่วนของที่พักอาศัย บริเวณฟาร์มใช้ปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ บริเวณสำหรับกิจกรรมกีฬาทางน้ำ ห้องออกกำลังกายและทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอื่น ห้องนวดและสปา โดย

1) โซนที่พักอาศัย เป็นที่พักแบบเป็นหลังแยกจากกันที่มีความเป็นส่วนตัวสูง ใช้วัสดุธรรมชาติ ในการก่อสร้างเป็นหลัก ไม่ใช่เครื่องปรับอากาศ แต่ออกแบบให้โล่งโปร่งมีอากาศถ่ายเท ติดตั้ง โซลาร์เซลล์เป็นพลังงานทางเลือกที่ให้แสงสว่าง และทำน้ำร้อน ผู้พักอาศัยจะได้สัมผัสและใกล้ชิด ธรรมชาติ และใช้ Aroma Therapy จากสมุนไพรไทย เช่น ตะไคร้ เพื่อให้สดชื่น แยกสามารถเลือก กลิ่นสมุนไพรที่ชื่นชอบได้

2) บริเวณฟาร์มใช้ปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้ประกอบอาหารเพื่อสุขภาพ พืชผักจะเป็น พืชผักออแกนิกที่ส่งตรงไปยังครัว มีการเลี้ยงไก่เพื่อไข่ใช้ในการประกอบอาหาร สำหรับเนื้อสัตว์จะ เน้นปลาและอาหารทะเลที่ดีต่อสุขภาพ แยกสามารถเก็บผักผลไม้สดมาให้ครัวประกอบอาหารได้ MUSA Retreat จะมีรายการอาหารเพื่อสุขภาพให้แขกได้เลือกรับประทานทั้งรายการประจำ และ รายการอาหารตามฤดูกาล โดยมีการระบุแคลอรี และคุณค่าทางโภชนาการที่ผู้บริโภคจะได้รับ สำหรับอาหารทุกรายการ และยังสามารถจัดทำรายการพิเศษสำหรับผู้ป่วยหรือผู้ที่ในระหว่างควบคุม อาหารได้ด้วย

3) เนื่องจาก MUSA Retreat อยู่ติดทะเล จึงสามารถจัดกิจกรรมกีฬาทางน้ำไว้ให้บริการแก่ แขกได้ โดยมีผู้ให้คำแนะนำดูแลอย่างใกล้ชิด เช่น ดำน้ำ (Scuba Diving) และ Snorkeling พานเรือ คายัค เป็นต้น รวมถึงจัดบริเวณปลอดภัยให้แขกลงเล่นน้ำทะเลและพักผ่อนที่ชายหาดได้ นอกจากนี้ ยังมีสระว่ายน้ำให้แขกได้ใช้พักผ่อนและออกกำลังกายอีกด้วย

4) ห้องออกกำลังกายซึ่งนอกจากติดตั้งเครื่องออกกำลังกายที่ได้มาตรฐานสากลแล้ว ยังมี บริเวณที่จัดกิจกรรม โยคะและการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพอื่นๆ โดยมีผู้นำโยคะและการออกกำลังกายตามตารางเวลาที่กำหนดไว้ให้แขกได้เข้าร่วมตามเวลาที่สะดวก

5) เนื่องจากนวดแผนไทยและสปาเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว MUSA Retreat จึงจัดให้มี ห้องนวดและสปาที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมาใช้ในการบำบัด เพื่อฟื้นฟูสุขภาพแก่แขกไว้บริการ โดยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเป็นผู้ผ่านการฝึกอบรมและได้รับประกาศนียบัตร เพื่อสามารถให้บริการที่ดี แก่แขกได้

กิจกรรมที่ MUSA Retreat จัดให้บริการนั้นจะมีการประเมินและปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งความต้องการของลูกค้านั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ MUSA Retreat ยังมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาประยุกต์ใช้ในบริการลูกค้า เช่น Wearable หรืออุปกรณ์สวมใส่ที่ใช้เป็นทั้งนาฬิกา และใช้วัดอัตราการเต้นของหัวใจ รวมถึงจำนวนก้าวที่เดินในแต่ละวัน เป็นต้น



รายการอ้างอิง

Bhrammanachote, W. (2016). The performance of emotion management in the Thai spa industry, University of Stirling. Doctor of Philosophy: 330.

Bilbil, E. T. (2017). "The Role of the UNWTO in Visa Facilitation: The Diverse Impacts on Tourism Industries of China, Russia and Turkey." International Journal of Tourism and Hospitality Management in the Digital Age (IJTHMDA) 1(1): 17-35.

Bodeker, G. and M. Cohen (2008). Spas, wellness and human evolution, Routledge.

Boniface, B., et al. (2016). Worldwide destinations: The geography of travel and tourism, Routledge.

Chamchan, C. and O. Soparat (2012). "Long-stay of the Japanese in Chiangmai: analysis of the determining factors in the pre-and post-period of the visit." Jpn Stud J 29(1): 16-34.

Collier, A. and S. Harraway (1997). Principle of Tourism. Auckland, Longman.

Darling, C. A., et al. (2012). "Women in Middle Life: Stress, Health and Life Satisfaction." Stress and Health 28(31-40).

Douglas, M. R. and N. A. Nekrasov (2001). "Noncommutative field theory." Reviews of Modern Physics 73(4): 977.

Erfurt-Cooper, P. and M. Cooper (2009). The health and wellness concept : A global overview. Bristol, UK, Channel view publications.

Eyefor Travel Europe 2018 (2018). Wellness Tourism is Fastest Growing Travel Sector, Says Lonely Planet. Travel Industry News & Conference. www.eyefortravel.com, Travel Industry News & Conference. Jan 2, 2018.

Foomooljareon, P. and W. Fernando (2002). "PAPR reduction in OFDM systems." Thammasat International Journal of Science and Technology 7(3).

Galvão, D. A., et al. (2015). "Compliance to exercise oncology guidelines in prostate cancer survivors and associations with psychological distress, unmet supportive care needs, and quality of life." Psycho Oncology 24(10): 1241-1249.

Han, H., et al. (2017). "The Role of Wellness Spa Tourism Performance in Building Destination Loyalty: the Case of Thailand." Journal of Travel & Tourism Marketing: 1-16.

Harvard Health Letter (2015). "The Year in Medicine." https://www.health.harvard.edu/newsletters/harvard_health_letter. 2018.

Headline Editor (2018). Thailand's Wellness Tourism is Up and Coming. Thailand Business New. www.thailand-business-news.com, Thailand Business New.

Hirankitti, P., et al. (2009). Marketing strategies of thai spa operators in bangkok metropolitan. The international conference on applied Business Research ICABR 2009, Malta.

Janchai, S. (2017). "ประเทศไทย 4.0 และ ระบบสาธารณสุข." Region 4-5 Medical Journal 36(1): 1-1.

King, D. E., et al. (2009). "Clinical Research Study: Adherence to Healthy Lifestyle Habits in US Adult 1988-2006." American Journal of Medicine 122(6): 528-534.

Kongtawelert, A. and D. Sujirarat (2015). "Health risk and safety in workplace of informal workers." Buddhachinaraj Medical Journal-พุทธ ชินราชเวชสาร 32(2): 162.

McIntyre, G. (1993). Sustainable tourism development: guide for local planners. Spain, World Tourism Organization (WTO).

National Center for Complementary and Alternative Medicine (2012). "CAM Therapies." <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1176230/>. 2018.

Page, S., et al. (2017). "Case study: Wellness, tourism and small business development in a UK coastal resort: Public engagement in practice." Tourism Management 60: 466-477.

Pongwiritthon, R., et al. (2016). "Foreign Tourists' Behaviors and Marketing Mix towards "Discover Thainess" for Tourism Development Guidelines in the Northern Region of Thailand." Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences) 9(3): 127-139.

Pongwiritthon, R. and P. Pakvipas (2017). "แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของอาบน้ำแร่ และภูมิปัญญาไทยเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: ดอยปู่หมื่น." วารสารปัญญาวิวัฒน์ 7(สิงหาคม).

Rittichainuwat, B. N. and G. Chakraborty (2009). "Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand." Tourism Management 30(3): 410-418.

Rongruang, S. and S. Suknuntapong (2011). "Health Promoting Behavior among University Students in Prince of Songkla University, Pattani Campus." Journal of Behavioral Science 17(1): 109-123.

Sanguanphon, S. (2012). "Medical Interpreting Service for Foreigners in Japan." Japanese Studies Journal 29(2): 92-107.

Sankrusme, S. (2012). "Development Strategies on Taking Thailand's Health Promotion Related Tourism Business into the Global Market." International Business Research 5(11): 83.

Sittichai, S. and S. Khunon (2015). "Measuring customer loyalty for hotel industry." Executive Journal 35(1): 64-74.

Sripa, S. (2005). "Usage of and cost of complementary/alternative medicine in diabetic patients." J Med Assoc Thai 88(11): 1630-1637.

Sullivan, B. (2018). Thailand's Health Efficiency Jumps to 27th among 56 Countries Ranked. Thailand Business News. www.thailand-business-news.com, www.thailand-business-news.com.

Suwannakul, E. (2014). "of Research Paper: Thai Passengers' Expectations and Behavioral Tendency toward." Transport policy 17(2): 51-63.

Untong, A. and M. Kaosa-ard (2014). "Spas Performances Benchmarking and Operation Efficiency." Applied Economics Journal 21(1): 1-19.

Verghese, J., et al. (2003). "Leisure activities and the risk of dementia in the elderly." New England Journal of Medicine 348(25): 2508-2516.

Waewsak, J., et al. (2006). "A mathematical modeling study of hot air drying for some agricultural products." Thammasat international Journal of science and Technology 11(1): 14-20.

Wanichakorn, J., et al. (2018). "The study on potential of thai identity in spa business and traditional thai massage toward world class health tourism sector." Panyapiwat Journal 10(2): 1-16.

Wong, K., et al. (2014). Medical tourism destination SWOT analysis: A case study of Malaysia, Thailand, Singapore and India. SHS Web of Conferences, EDP Sciences.

Yeung, O. and K. Johnston (2017). "Global Wellness Economy Monitor." Miami, Fl: Global Wellness Institute2017.

เพ็ญศรี วรรณสุข (2013). "คุณภาพบริการและกลยุทธ์การตลาดบริการสุขภาพที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการของลูกค้า ธุรกิจสปาในประเทศไทย." Academic Journal Phranakhon Rajabhat University 4(1): 22-33.

กัญญ์นัชชา บุนนาค (2016). "กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อเว็บไซต์ของธุรกิจสปาที่ประสบความสำเร็จ." วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 2(1): 17-35.

กานดา ธีรานนท์ (2561). "การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน." FEU academic review 12(Supplement): 22-22.

นพปฎล สมิตานนท์ (2553). กลยุทธ์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนนทบุรี. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปรินต์: 163.

น้ำฝน เจนสมบูรณ์ (2561). "การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวพำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอดำรงวิทยารพช. จังหวัด เชียงใหม่." FEU academic review 12(Supplement): 179-179.

ปิรันธ ซิมโชติ (2016). "รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง." Veridian e-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ 9(1): 250-268.

ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล and ธีระวัฒน์ จันทิก (2018). "การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ." Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University 4(1): 12-28.

วรรณวีร์ บุญคุ้ม and พจนา บุญคุ้ม (2018). "การพัฒนารูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์เส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย." INTEGRATED SOCIAL SCIENCE JOURNAL, FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES, MAHIDOL UNIVERSITY 3(2): 105-128.

วรวุฒิ จันทรมุต and จินตนา สมสวัสดิ์ (2017). "การศึกษาประสิทธิภาพการใช้จ่ายการผลิตของ ประเทศในกลุ่มประเทศ CLMV." MBA-KKU Journal 9(1): 87-99.

สมศรี ศิริไหวประพันธ์ and วุฒิชาติ สุนทรสมัย (2016). "รูปแบบการพัฒนาทุนมนุษย์ในวิสาหกิจขนาด ย่อม: กลุ่มสปาและนวดแผนไทยในเมืองพัทยา." Modern Management Journal 14(1): 77-90.

สิรินภัสสา ศรินภัสโกคิน (2018). "ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม เครื่องสำอางไทยกับ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน." Journal of Rangsit Graduate Studies in Business and Social Sciences 4(2): 15-28.

สุณีย์ ล่องประเสริฐ and ปลื้มใจ ไพจิตร (2016). "จริยธรรมทางธุรกิจของธุรกิจการท่องเที่ยวใน อำเภอกาญจนบุรี จังหวัด สุราษฎร์ธานี." วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏ สุราษฎร์ธานี 3(1): 149-136.

อรัญ วานิชกร (2015). "อัตลักษณ์หัตถเวทกรรมไทยสู่การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ในสปาร่วมสมัย." วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการวิจัยและงานสร้างสรรค์ 2(2): 171-206.

อัญชญา ณ ระนอง (2011). "ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจกับการเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพของประเทศไทย " NIDA Development Journal 51(1): 47-81.

อารีย์ลักษณ์ ตระกูลมุกทอง (2016). "กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ คุณภาพบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศไทย." RMUTT Global Business and Economics Review 11(2): 115-128.



ภาคผนวก 1

12/4/2018

Questionnaires on Travel & Lifestyle

Questionnaires on Travel & Lifestyle

Choose 2 choices per question except the personal info part

ถัดไป

ข้ามส่งรหัสผ่านใน Google ฟอรัม

เนื้อหานี้มีได้ถูกสร้างขึ้นหรือรับรองโดย Google รายงานการละเมิด - ข้อกำหนดในการให้บริการ

Google ฟอรัม



Questionnaires on Travel & Lifestyle

*จำเป็น

Untitled Section

Personal Information

Gender *

- Male
- Female
- อื่นๆ:

Age *

- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51 and above
- อื่นๆ:

Questionnaire



12/4/2018

Questionnaires on Travel & Lifestyle

When you go on holiday, what is your main factor when choosing an accommodation?

- Location
- Design
- Brand
- Facility
- อื่นๆ:

Why would you stay in a local hotel?

- Location
- More value for money
- Design
- อื่นๆ:

Do you exercise or eat healthy while on holiday?

- Yes
- No
- อื่นๆ:

Do you watch your diet or count calories?

- Never
- Sometimes
- Always
- อื่นๆ:



12/4/2018

Questionnaires on Travel & Lifestyle

Do you care whether the ingredients from your food is organic and pesticide free or not?

- Yes
- No
- อื่นๆ:

Would you pay more for your food when you can see where and how it was farm (Livestock farm and fishery)

- Yes
- No
- อื่นๆ:

How often do you go for thai massage during your holiday?

- Never
- Sometimes
- Often
- อื่นๆ:



12/4/2018

Questionnaires on Travel & Lifestyle

Which of the following wellness programs would you like to receive during your holiday?

- Detox
- Sports Medicine
- Yoga and Pilates
- Nutrition
- Weight Loss
- Naturopathy
- Bathing
- Traditional Chinese Medicine & Acupuncture
- Diagnostics
- Aesthetics offerings
- Lifestyle Coaching
- อื่นๆ:

How do you spend your holiday at Beach Destination like Koh Samui

- Spend the whole day at the resort and enjoy the provided facilities
- I only sleep at the resort, during the day I go out for trips and excursions
- อื่นๆ:



12/4/2018

Questionnaires on Travel & Lifestyle

Would you stay in a wellness resort rather than a typical beach resort

Yes

No

อื่นๆ:

กลับ

ส่ง

ผ่านส่งรหัสผ่านใน Google ฟอรัม

เนื้อหานี้มีได้ถูกสร้างขึ้นหรือรับรองโดย Google รายงานการละเมิด - ข้อกำหนดในการให้บริการ

Google ฟอรัม



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	Ratthaphat Thanaphatteenanan
วัน เดือน ปี เกิด	14 June 1994
สถานที่เกิด	Hadyai
วุฒิการศึกษา	British International School 2012 Glion Institute of Higher Education 2016 Silpakorn University 2018
ที่อยู่ปัจจุบัน	13/1 Moo.2 Bophd, Koh Samui, Suratthani 84320

