

กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง
จังหวัดระนอง

MARKETING STRATEGY TO PROMOTE WELLNESS TOURISM IN MUEANG DISTRICT,
RANONG PROVINCE

ชยาภรณ์ ธีรเวชพลกุล¹, ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย²

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ²ที่ปรึกษา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Chayaporn Theeravechpolkul¹, Paitoon Chetthamrongchai²

¹Master of Business Administration, ²Thesis Advisor

Faculty of Business Administration, Kasetsart University

e-mail : dodo_fortune_best@hotmail.com

Abstract

The purposes of this research were (1) to collect data of wellness and wellness tourist attractions to design tourism programs, and (2) to analyze and suggest the market strategies. The research was qualitative research which collected data by using the observation form and in-depth interviews. Samples were 21 people consisting of people in Ranong Province, tourists, government and private officers were key informants. The results indicated that data of wellness included the alternative wellness and the wellness that reflect Thai wisdom. Wellness tourist attractions included natural tourist attractions, man-made tourist attractions, and mixed tourist attractions. Wellness tourism programs included full programs and integrated programs. Furthermore, marketing strategies were as follows: (1) collaborative-oriented strategies; (2) strategies to develop the competency, body of knowledge, and skills; (3) strategies to promote and control quality of wellness tourism attractions; (4) strategies to develop wellness tourism programs and wellness activities; (5) strategies to develop facilities and transportation system; (6) strategies to develop tourist service centers; and (7) word of mouth and public relation strategies.

Keywords : Marketing Strategy, Wellness Tourism, Mueang Ranong District, Ranong Province

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อรวบรวมข้อมูลการส่งเสริมสุขภาพและแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เพื่อจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และวิเคราะห์และเสนอแนะกลยุทธ์การตลาด ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูล

จากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวจังหวัดระนอง นักท่องเที่ยว ภาคเอกชน และภาครัฐ รวมทั้งสิ้น 21 คน ผลการวิจัยพบว่าข้อมูลการส่งเสริมสุขภาพประกอบด้วย การส่งเสริมสุขภาพแบบทางเลือกและแบบภูมิปัญญาไทย แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แบบที่มนุษย์สร้างขึ้น และแบบผสมผสาน โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพประกอบด้วย โปรแกรมเต็มรูปแบบและแบบบูรณาการ และกลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีดังนี้ (1) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ (2) กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถและองค์ความรู้ (3) กลยุทธ์การส่งเสริมและควบคุมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (4) กลยุทธ์การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ (5) กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการขนส่ง (6) กลยุทธ์การพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และ (7) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการบอกต่อเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด, การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, อำเภอเมืองระนอง, จังหวัดระนอง

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระดับโลก ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมและมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุ ทำให้การดูแลสุขภาพเป็นเรื่องที่สำคัญมากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพที่ช่วยป้องกันฟื้นฟู หรือปรับปรุงสุขภาพแบบองค์รวม รวมทั้งส่งเสริมคุณภาพชีวิตเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เน้นการรักษาพยาบาลเป็นหลัก หรือการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมบางส่วนเกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาล (Global Wellness Institute, 2015)

สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก ซึ่งในปี พ.ศ.2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาประเทศไทย จำนวน 29,923,185 คน ขยายตัวร้อยละ 20.61 และสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศจำนวน 1,457,150.28 ล้านบาท

(Department of Tourism, 2016) โดยการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีมูลค่ารวม 25,090 ล้านบาท ซึ่งมีโอกาสขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามจำนวนนักท่องเที่ยวสุขภาพที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และหลากหลายด้วยการนำภูมิปัญญาไทยแต่ละท้องถิ่นมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการบริการเชิงสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย ฤๅษีดัดตน การทานอาหารตามธาตุเจ้าเรือน การอาบน้ำแร่ เป็นต้น (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports, 2016)

แหล่งน้ำแร่ร้อนในประเทศไทยกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ซึ่งภาคใต้มีความโดดเด่นด้วยการผสมผสานธรรมชาติกับน้ำแร่ร้อนเพื่อส่งเสริมสุขภาพ พบได้ในหลายจังหวัด เช่น ระนอง สุราษฎร์ธานี พังงา กระบี่ พัทลุง เป็นต้น ซึ่งมีการใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมาอย่างยาวนาน ดังเช่น จังหวัดระนองที่เป็นแหล่งน้ำแร่ร้อนที่เก่าแก่ โดยปรากฏหลักฐานพระราชหัตถเลขาของพระบาท สมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) เมื่อครั้งเสด็จประพาสเมืองระนอง ในปี พ.ศ. 2433 นอกจากนี้ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) ได้พระราชทานเงินอุดหนุนให้เทศบาลหัวเมืองปักษ์ใต้ และทรงเล็งเห็นว่าบ่อน้ำแร่ร้อนเมืองระนองจะสามารถ

นำมาใช้ประโยชน์เพื่อสุขภาพได้ (Panriansaen et al., 2016) ด้วยเหตุนี้จังหวัดระนองจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ให้จังหวัดเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับชั้นนำ ประกอบกับจังหวัดมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย จึงมีศักยภาพเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชั้นนำของโลก และเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพ หรือต้องการการพักผ่อน ในส่วนของอำเภอเมืองระนอง มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่สำคัญอยู่หลายแห่ง โดยเฉพาะบ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวาริน ซึ่งเป็นแหล่งน้ำแร่ร้อนแห่งเดียวของประเทศไทยที่ปราศจากสารกำมะถันและมีคุณภาพระดับโลก (Division of Planning and Budgeting, Ranong Provincial Administrative Organization, 2015; The office of Strategy Management, Southwest Andaman, 2012) แต่จากการศึกษาการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองพบว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพยังขาดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ขาดความเป็นเอกภาพในการดำเนินการ อีกทั้งขาดการจัดการด้านการตลาดและกลยุทธ์การตลาด (The office of Strategy Management, Southwest Andaman, 2010, 2016) ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาข้อมูลการส่งเสริมสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวมข้อมูลการส่งเสริมสุขภาพ ทั้งการส่งเสริมสุขภาพแบบทางเลือก และการส่งเสริมสุขภาพแบบภูมิปัญญาไทย ในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง
2. เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบผสมผสาน ใน

พื้นที่อำเภอเมืองระนอง

3. เพื่อจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเต็มรูปแบบ และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบบูรณาการ ในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง

4. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง

การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะ หรือแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวบางส่วนมาใช้บริการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อป้องกัน ฟื้นฟู หรือปรับปรุงสุขภาพ เช่น การนวด การประคบสมุนไพร สุคนธ์บำบัด การอาบน้ำแร่ และฤๅษีดัดตน เป็นต้น

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourists) คือ ผู้ที่ต้องการจะบริโภคสินค้าหรือบริการจากการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) เป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว ซึ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวหรือมาเยือน ณ จุดหมายปลายทาง (Pummanee, 2016) และเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบ 2 ประการ (Mill and Morrison, 2012) ดังนี้

- 2.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือน เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ แบ่งเป็น 3 ประเภท (Panriansaen et al.,

2016) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบผสมผสาน

2.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การทำสปา การนวด การอาบน้ำ ออกกำลังกาย และการทำสมาธิ เป็นต้น (Global Well ness Institute, 2015)

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Tourism Facilities) เป็นสิ่งที่แสดงถึงศักยภาพการท่องเที่ยวและสนับสนุนให้จุดหมายปลายทางมีความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 4 ประเภท (Middleton et al., 2009; Mill and Morrison, 2012; Global Wellness Institute, 2015; Pummanee, 2016) ได้แก่ ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม บริการสนับสนุนเพื่อการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน

4. การขนส่ง (Transportation) แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การขนส่งทางบก การขนส่งทางอากาศ และการขนส่งทางน้ำ (Mill and Morrison, 2012; Pummanee, 2016)

5. องค์การการท่องเที่ยว (Tourism Organizations) หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ส่วนหน่วยงานภาคเอกชนที่รับผิดชอบ เช่น สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย ผู้ประกอบการนำเที่ยว ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ชุมชนท้องถิ่นตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในชุมชน (Middleton et al., 2009; Proyrungroj, 2015)

6. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อาจเผยแพร่ข้อมูลผ่านสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ศูนย์บริการข่าวสาร และโครงการท่องเที่ยวพิเศษ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

นักท่องเที่ยวจะแสวงหากิจกรรมที่มีคุณค่าจาก 6 มิติ (Global Wellness Institute, 2015) ดังนี้

1. มิติด้านร่างกาย (Physical)
2. มิติด้านสังคม (Social)
3. มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)
4. มิติด้านอารมณ์ (Emotional)
5. มิติด้านจิตวิญญาณ (Spiritual)
6. มิติด้านจิตใจ (Mental)

โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยสามารถจัดรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย (Taveesri, 2008) ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยวแพทย์แผนไทย อาหารสมุนไพร เกษตรธรรมชาติ อาบน้ำแร่ ผักสมาน และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว (7Ps)

ส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือการตลาดที่บริษัทใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่ด้วยลักษณะการท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยเครื่องมือเพิ่มเติม คือ บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ รวมเป็น 7 ด้าน (7Ps) (Perreault and McCarthy, 2002; Middleton et al., 2009; Proyrungroj, 2015) มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) แบ่งเป็น

- 1.1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลัก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดดึงดูดใจหรือกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว

- 1.2 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่คาดหวัง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับ นอกเหนือจากสินค้าหลัก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โครงสร้างพื้นฐาน และการขนส่ง

1.3 ผลลัพธ์การทอ่งเที่ยวที่เกินความคาดหว้งหรือเป็นพิเศษ หมายถึง ผลลัพธ์ที่นักท่องเที่ยวไม่ได้คาดหว้งว่าจะได้รับ

2. ราคา (Price) แบ่งเป็น

2.1 ราคาที่เป็นจริง หมายถึง ราคาจริงที่เป็นต้นทุนหรือมูลค่าของผลิตภัณฑ์การทอ่งเที่ยว เช่น ค่าเข้าชม ค่าขนส่ง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ

2.2 ราคาทางจิตใจ หมายถึง ราคาที่มาจากคุณค่าในความรู้สึกของนักท่องเที่ยว หรือกำหนดขึ้นให้นักท่องเที่ยวรู้สึกภูมิใจและพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์การทอ่งเที่ยว

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/ Distribution) แบ่งเป็น ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง และช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) แบ่งเป็นการโฆษณา การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และการบอกต่อ

5. บุคคล (People) แบ่งเป็น นักท่องเที่ยว พนักงาน และประชาชนในท้องถิ่น

6. กระบวนการ (Process) แบ่งเป็นการลงทุนในการจ้างงานและการฝึกอบรม สร้างแผนผังการให้บริการ (Service Blueprint) และการตรวจสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) แบ่งเป็น สถานที่ บุคคล เครื่องมือที่ทันสมัย ข้อความสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคาประกัน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดระนอง

สำนักงานจังหวัดระนองได้กำหนดยุทธศาสตร์จังหวัดระนอง (Division of Planning and Budgeting, Ranong Provincial Administrative Organization, 2016) ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนพัฒนาการทอ่งเที่ยวแห่งชาติ โดยมีวิสัยทัศน์ของจังหวัด คือ “เมืองทอ่งเที่ยวเชิงสุขภาพชั้นนำ การเกษตรสร้างสรรค์ เมืองน่าอยู่ที่มีคุณภาพ

ชีวิต และประตุการค้ำผ่านแดนฝั่งอันดามัน” ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เป็นเมืองทอ่งเที่ยวเชิงสุขภาพระดับชั้นนำ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนมั่นคงเข้มแข็ง ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เป็นเมืองน่าอยู่ ที่ประชาชนมีคุณภาพชีวิต และมีความมั่นคงปลอดภัยอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เป็นประตุการค้ำผ่านแดนฝั่งอันดามัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาการทอ่งเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง รวมทั้งหมด 8 ตำบล แต่ไม่รวมตำบลเกาะพยามซึ่งเป็นหมู่เกาะ

ประชากร

แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) ประชาชนชาวจังหวัดระนองและนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแหล่งทอ่งเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในอำเภอเมืองระนอง (2) ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการทอ่งเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง และ (3) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการทอ่งเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) ประชาชนชาวจังหวัดระนองและนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแหล่งทอ่งเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในอำเภอเมืองระนอง จำนวน 6 ท่าน (2) ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการทอ่งเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จำนวน 9 ท่าน และ (3) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการทอ่งเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จำนวน 6 ท่าน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งลงพื้นที่สำรวจอำเภอเมืองระนอง เพื่อสร้างแบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์

2. นำแบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา แก้ไขแบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์ และนำไปใช้จริง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสังเกต มี 3 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 แบบสังเกตแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง มี 3 ส่วน ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป กิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ชุดที่ 2 แบบสังเกตกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง มี 2 ส่วน ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพจากน้ำแร่ และชุดที่ 3 แบบสังเกตผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพจากน้ำแร่ในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง มี 2 ส่วน ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป และความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ

2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มี 3 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์สำหรับประชาชนชาวจังหวัดระนอง และนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ประกอบด้วยข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ส่วนชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์สำหรับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์สำหรับภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ประกอบด้วยข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การดำเนินการของภาครัฐ และส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

การตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสังเกตและสัมภาษณ์มาเรียบเรียง และนำมาตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) แล้วดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สรุปความตามประเด็นที่ศึกษา

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยข้อมูลการส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง

1.1 การส่งเสริมสุขภาพแบบทางเลือก ได้แก่ (1) การแช่น้ำแร่ร้อนธรรมชาติไว้กลั่นกำมะถันและอุดมด้วยแร่ธาตุ (2) การนอนบนลานร้อนที่ได้รับความร้อนจากน้ำแร่ร้อนธรรมชาติ (3) โยคะร้อนบนลานน้ำแร่ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 8.00-9.00 น. (4) การนวดฝ่าเท้าเป็นการกดจุดฝ่าเท้าเพื่อกระตุ้นการทำงานของอวัยวะทั่วร่างกาย (5) การนวดน้ำมันเป็นการนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหยเพื่อผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ (6) สปาหน้าเป็นการนวดหน้ากระตุ้นการทำงานของกล้ามเนื้อใบหน้า (7) สปาตัวเป็นการทำความสะอาดและบำรุงสภาพผิว (8) สปามือเป็นการทำความสะอาดและบำรุงสภาพผิวมือและแขน (9) สปาเท้าเป็นการทำความสะอาดและบำรุงสภาพผิวเท้าและแขน (10) สเปย์น้ำแร่เป็นผลิตภัณฑ์จากน้ำแร่ธรรมชาติที่อุดมด้วยแร่ธาตุบำรุงผิวพรรณ (11) น้ำแร่เป็นน้ำดื่มจากน้ำแร่ธรรมชาติที่อุดมด้วยแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และ (12) ใช้น้ำแร่เป็นการนำไช้โก้ไปลวก ต้ม หรือแช่น้ำแร่ธรรมชาติ 18 ชั่วโมง

1.2 การส่งเสริมสุขภาพแบบภูมิปัญญาไทย ได้แก่ (1) การนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพหรือรักษาโรค (2) การนวดประคบสมุนไพรด้วยลูกประคบร่วมกับการนวดส่วนต่างๆ ตามร่างกาย (3) การนวดน้ำมันตามธาตุเจ้าเรือนเป็นการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหยตามธาตุดิน น้ำ

ลม ไฟประจำเดือนเกิด (4) การอบสมุนไพรโดยใช้สมุนไพรไทยนานาชนิดอบในห้องอบสมุนไพร (5) ผลิตภัณฑ์จากสารสกัดสมุนไพรไทยผสมน้ำแร่ เช่น แชมพูขิงผสมน้ำแร่ สบู่เปลือกมังคุดผสมน้ำแร่ เป็นต้น

2. ผลการวิจัยแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง

2.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทางธรรมชาติ ได้แก่ (1) บ่อน้ำแร่ร้อนสวนสาธารณะรักษะวารินเป็นบ่อน้ำแร่ร้อนที่มีชื่อเสียงของจังหวัดระนองใกล้ตัวเมือง (2) สวนรุกขชาติรักษะวาริน เป็นแหล่งรวบรวมพรรณไม้ท้องถิ่น อยู่ใกล้บ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวาริน (3) บ่อน้ำแร่ร้อนพรรั้งเป็นบ่อน้ำแร่ร้อนท่ามกลางธรรมชาติและจำหน่ายไข่น้ำแร่ที่แช่น้ำแร่ร้อน 18 ชั่วโมง (4) ภูเขาหญ้าเป็นภูเขาที่มีเพียงหญ้าปกคลุม ฤดูฝนภูเขาจะมีสีเขียว ส่วนฤดูร้อนภูเขาจะมีสีเหลืองทอง (5) อุทยานแห่งชาติน้ำตกหงาวเป็นอุทยานที่มีน้ำตกไหลลงมาจากหน้าผาสูงชันเห็นได้ชัดจากถนนทางหลวง (6) ศูนย์วิจัยป่าชายเลนหงาว เป็นพื้นที่สงวนชีวมณฑลที่สมบูรณ์มากที่สุดแห่งหนึ่งของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (7) น้ำตกบุญญาบาลเป็นน้ำตกที่มีน้ำไหลแรงตลอดปีอยู่ริมถนนทางหลวง (8) ระนองแคนยอนเป็นแอ่งน้ำสีเขียวมรกตที่ล้อมรอบด้วยหน้าผาและหินสูงใหญ่ (9) อ่างเก็บน้ำหาดส้มแป้นเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และชมทะเลหมอกในช่วงเช้า

2.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ (1) โรงแรมทีนิตี แอท ระนอง มีอ่างน้ำแร่ร้อนที่มาจากบ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวารินโดยตรง (2) เจ้าเรือนสปาเป็นศูนย์สุขภาพและสปาที่ดำเนินการโดยโรงพยาบาลระนอง

2.3 แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบผสมผสาน ได้แก่ (1) โรงแรมน้ำใสเขาสวย รีสอร์ท โดยห้องพักทุกห้องสามารถอาบน้ำแร่ได้ ซึ่งต่อมาจากบ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวารินโดยตรง (2) สยามฮอท สปาเป็นสปาส่วนตัวใกล้บ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวาริน (3) วัดบ้าน

หงาวเป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่อดีบุก และพักผ่อนหย่อนใจยังบึงน้ำขนาดใหญ่และภูเขาหญ้าหลังวัด (4) วัดตโปทารามเป็นศูนย์ศึกษาพุทธศาสนาวันอาทิตย์ใกล้บ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวาริน

3. ผลการวิจัยการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง

3.1 โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเต็มรูปแบบ เป็นรายการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะ ทั้งด้านการดูแลสุขภาพกาย เช่น การแช่น้ำแร่ร้อน การนวด การออกกำลังกาย การทานอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ด้านสุขภาพจิต เช่น การทำบุญ และการไหว้พระ เป็นต้น และด้านการชมธรรมชาติ โดยมี 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) โปรแกรม 1 วัน (ไป-กลับ) ร้านฟาร์มเฮาส์-บ่อน้ำแร่ร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านคูนลิน-วัดตโปทาราม-สยามฮอทสปา-สวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านเจแอนด์ที (2) โปรแกรม 2 วัน 1 คืน วันที่ 1 ร้านฟาร์มเฮาส์-บ่อน้ำแร่ร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านคูนลิน-วัด ตโปทาราม-สยามฮอทสปา-สวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านเจแอนด์ที-โรงแรมทีนิตี แอท ระนอง และวันที่ 2 ร้านแม่หมี่-บ่อน้ำแร่ร้อนพรรั้ง-ร้านพรรั้งฟอเรสต์-น้ำตกหงาว-วัดบ้านหงาว-ร้านวัชร-ภูเขาหญ้า-ร้านครัวคุณรักษ์ (3) โปรแกรม 3 วัน 2 คืน วันที่ 1 ร้านฟาร์มเฮาส์-บ่อน้ำแร่ร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านคูนลิน-วัดตโปทาราม-สยามฮอทสปา-สวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านเจแอนด์ที-โรงแรมทีนิตี แอท ระนอง วันที่ 2 ร้านแม่หมี่-บ่อน้ำแร่ร้อนพรรั้ง-ร้านพรรั้งฟอเรสต์-น้ำตกหงาว-วัดบ้านหงาว-ศูนย์วิจัยป่าชายเลนหงาว-ร้านวัชร-ภูเขาหญ้า-ร้านเคียงเล-โรงแรมทีนิตี แอท ระนอง และวันที่ 3 อ่างเก็บน้ำคลองหาดส้มแป้น-ร้านฮวยซิมเปียน-ระนองแคนยอน-บ่อน้ำแร่ร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านสมบูรณโกชนา-เจ้าเรือนสปา-ศูนย์ไอทอปจังหวัดระนอง-ร้านเจแอนด์ที

3.2 โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบบูรณาการ เป็นรายการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อชมวิถีชีวิตชาวชนบท ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ฯลฯ แต่แบ่งเวลาบางส่วนทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ มี 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) โปรแกรม 1 วัน (ไป-กลับ) ร้านฟาร์มเฮาส์-สุสานเจ้าเมืองระนอง-พระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง)-จวนเจ้าเมืองระนอง-ร้านถอดรองเท้า-บ่อน้ำแร่ร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน-วัดตโปทาราม-สวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านเจแอนด์ที (2) โปรแกรม 2 วัน 1 คืน วันที่ 1 ร้านฟาร์มเฮาส์-สุสานเจ้าเมืองระนอง-พระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง)-จวนเจ้าเมืองระนอง-ร้านถอดรองเท้า-บ่อน้ำแร่ร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน-วัดตโปทาราม-สยามฮอทสป่า-สวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านคูนลิน-น้ำใสเขาสวยรีสอร์ท และวันที่ 2 น้ำใสเขาสวยรีสอร์ท-บ่อน้ำแร่ร้อนพรรั้ง-น้ำตกหงาว-ร้านโรตีนิสรา-ศูนย์วิจัยป่าชายเลนหงาว-วัดบ้านหงาว-ร้านวัชรี-ภูเขาหญ้า-ร้านครัวคุณรักษ์ (3) โปรแกรม 3 วัน 2 คืน วันที่ 1 ร้านฟาร์มเฮาส์-สุสานเจ้าเมืองระนอง-พระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง)-จวนเจ้าเมืองระนอง-ร้านถอดรองเท้า-บ่อน้ำแร่ร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน-วัดตโปทาราม-สยามฮอทสป่า-สวนสาธารณะรักษะวาริน-ร้านคูนลิน-น้ำใสเขาสวยรีสอร์ท วันที่ 2 น้ำใสเขาสวยรีสอร์ท-บ่อน้ำแร่ร้อนพรรั้ง-น้ำตกหงาว-ร้านโรตีนิสรา-ศูนย์วิจัยป่าชายเลนหงาว-วัดบ้านหงาว-ร้านวัชรี-ภูเขาหญ้า-ร้านเคียงเล-น้ำใสเขาสวยรีสอร์ท และวันที่ 3 น้ำใสเขาสวยรีสอร์ท-น้ำตกบุญบาล-ร้านกาแฟคูนลิน-วัดวาริบรรพต (วัดบางนอน)-วัดสุวรรณคีรีวิหาร (วัดหน้าเมือง)-ร้านก๋วยเตี๋ยวห้อยขา-เจ้าเรือนสปา-ศูนย์โอท็อปจังหวัดระนอง-ร้านเจแอนด์ที

4. ผลการวิจัยสถานการณ์ ปัญหา และกลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง

4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง พบว่า มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจากภาครัฐ โดยจัดทำแผนงานให้จังหวัดเป็นเมืองแห่งการส่งเสริมสุขภาพและสปา ซึ่งมีอำเภอเมืองระนองเป็นพื้นที่หลัก ทั้งนี้ได้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและรองรับนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น และมีการจัดงานเปิดเมืองและงานถนนคนเดินเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบกับกระแสความสนใจในการป้องกันและการส่งเสริมสุขภาพ ส่งผลให้มีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวเยอรมันและชาวเมียนมาร์ ซึ่งใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2-3 วัน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันนักขัตฤกษ์ ช่วงเดือนพฤศจิกายน-เมษายนจะมีนักท่องเที่ยวมากกว่าช่วงอื่นๆ เนื่องจากมีฝนตกน้อย และนักท่องเที่ยวส่วนมากจะท่องเที่ยวทางทะเลหรือท่องเที่ยวชมเมืองเป็นหลัก แล้วแบ่งเวลาบางส่วนมาใช้บริการส่งเสริมสุขภาพ ส่วนนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะส่วนมากเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ

4.2 ปัญหาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง พบว่า การดำเนินการของภาครัฐเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ยังไม่สามารถประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นได้ เนื่องจากไม่มีองค์กรที่เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงและประสานงานโดยเฉพาะ ทำให้การประสานงานล่าช้าและการกระจายข้อมูลไม่ทั่วถึง อีกทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวส่วนมากเน้นการท่องเที่ยวทางทะเลมากกว่าการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ นอกจากนี้ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ทำหน้าที่รวบรวม จัดทำเอกสาร และประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำแร่ธรรมชาติที่มีความชัดเจนและมีหลักการทางวิทยาศาสตร์ ส่วนปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ได้แก่ (1) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือ ไม่ได้มีการส่งเสริม

ให้ครอบคลุมทุกมิติของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพรูปแบบอื่น ที่พักผ่อน และบริหารร่างกายที่ได้มาตรฐานมีจำนวนน้อย ไม่มีการจัดการการขนส่งอย่างเป็นระบบ ไม่ค่อยคำนึงถึงการให้บริการทางการแพทย์และการตรวจสุขภาพก่อนทำ กิจกรรม และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพยังไม่มีชัดเจน (2) ปัญหาด้านราคาของผลิตภัณฑ์ คือ สถานประกอบการสปายังไม่มีการกำหนดราคาค่าบริการแบบแพ็คเกจที่หลากหลายและเหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้น และสามารถเลือกได้ตามความต้องการ (3) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวขาดการประสานงานและไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ รวมทั้งไม่มีจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผ่าน อินเทอร์เน็ต (4) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการกระตุ้นการบอกต่อเรื่องราวการท่องเที่ยวที่ชัดเจน (5) ปัญหาด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง คือ พนักงานให้บริการยังต้องพัฒนามีคุณสมบัติให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น และประชาชนในท้องถิ่นส่วนใหญ่ขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ (6) ปัญหาด้านกระบวนการ คือ ไม่มีการส่งเสริมการอบรมภาษาต่างประเทศ และกำหนดบทบาทของพนักงานที่ชัดเจน ไม่มีแผนผังการให้บริการที่ชัดเจน และไม่ค่อยมีการรับฟังข้อเสนอ ผ่านอินเทอร์เน็ต และ (7) ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ คือ พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวขาดการดูแลรักษา พนักงานให้บริการไม่เพียงพอและทั่วถึง และข้อความสื่อสารไม่ค่อยมีภาษาอังกฤษ และป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีน้อยเกินไป

4.3 กลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง มี 7 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม

สุขภาพ ภาครัฐต้องส่งเสริมให้ภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และตั้งองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะ (2) กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถและองค์ความรู้การส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีการจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบและจัดอบรมภาษาต่างประเทศให้แก่พนักงาน เชิญวิทยากรมาให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและองค์กรชุมชนต่างๆ และส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเบื้องต้น (3) กลยุทธ์การส่งเสริมและควบคุมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐต้องส่งเสริมให้บ่อน้ำแร่ธรรมชาติที่มีคุณภาพระดับโลกเป็นสิ่งดึงดูดใจอันดับแรก ตกแต่งเมืองระนองให้มีเอกลักษณ์ของเมืองแห่งการส่งเสริมสุขภาพและสปา และอนุรักษ์ธรรมชาติรอบอำเภอเมืองระนอง ส่งเสริมให้ภาครัฐและผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว มีการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต และควบคุมมาตรฐานในการให้บริการ (4) กลยุทธ์การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐควรร่วมกับภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทั้งแบบเต็มรูปแบบและแบบบูรณาการ ในรูปแบบ 3 วัน 2 คืน (5) กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการขนส่งในอำเภอเมืองระนอง ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีโรงแรมที่ให้บริการส่งเสริมสุขภาพอย่างครบวงจรและมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จัดการการขนส่งอย่างเป็นระบบ และเพิ่มป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว (6) กลยุทธ์การพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองระนอง ภาครัฐควรตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบ One-Stop Service และคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ และสามารถสื่อสาร

ภาษาต่างประเทศได้ และ (7) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และการบอกต่อเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐต้องประชาสัมพันธ์อำเภอเมืองระนอง ด้วยภาพลักษณ์ของเมืองแห่งการส่งเสริมสุขภาพ และสปา จัดทำข้อมูลเกี่ยวกับน้ำแร่ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ และโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยนำเสนอข้อมูลผ่านงานต่างๆ และทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งกระตุ้นและวางแผนเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ชัดเจน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ข้อมูลการส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) การส่งเสริมสุขภาพแบบทางเลือกที่เน้นการใช้ประโยชน์จากน้ำแร่ธรรมชาติและการบริการสปา และ (2) การส่งเสริมสุขภาพแบบภูมิปัญญาไทยเน้นการนวดและการใช้สมุนไพร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukonthasab et al. (2016) ที่กล่าวถึงการทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพแบบทางเลือก คือ การทำสปา/วาริบำบัด/อาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพแบบภูมิปัญญาไทย คือ การนวดแผนไทย โดยมีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านงานเทศกาล งานเปิดเมือง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เอกสารการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง และสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Pummonee (2016) ที่กล่าวถึงรูปแบบกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ การนวด การอบ/ประคบสมุนไพร สุคนธ์บำบัด การฝึกกายบริหาร ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ และวาริบำบัด และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพตามธรรมชาติเกิดจากทรัพยากรธรรมชาติท้องถิ่น (2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น และ

(3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบผสมผสาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Panriansaen et al. (2016) ที่กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เกิดจากทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และแหล่งท่องเที่ยวแบบผสมผสานที่นำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ในการส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีหน่วยงานของรัฐเป็นผู้รับผิดชอบ มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ซับซ้อน มีป้ายบอกทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีโครงสร้างพื้นฐาน และมีบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวดูแลความสงบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen, Chang, and Wu (2013) ที่กล่าวถึงปัจจัยการให้บริการลูกค้าที่สำคัญ ได้แก่ มีบุคลากรที่ให้บริการเส้นทางและการคมนาคมที่สะดวก มีอาหารปลอดภัย บรรยากาศผ่อนคลาย มีการส่งเสริมสุขภาพ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ มีกิจกรรมร่วมกันของครอบครัว และการเรียนรู้จิตใจ

3. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเต็มรูปแบบ และ (2) โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบบูรณาการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukonthasab et al. (2016) ที่กล่าวถึงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ และแบบบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมทั้ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Taveesri (2008) ที่กล่าวถึงโปรแกรมการท่องเที่ยวแพทย์แผนไทย การท่องเที่ยว น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ การท่องเที่ยวฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยมีโปรแกรม 3 รูปแบบ คือ โปรแกรม 1 วัน (ไป-กลับ) 2 วัน 1 คืน และ 3 วัน 2 คืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Pinyochoto (2006) ที่กล่าวถึงโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านช่วงบุก 3 แบบ คือ พัก 1 วัน 1 คืน พัก 2 วัน 1 คืน และพัก 3 วัน 2 คืน

4. สถานการณ์ ปัญหา และกลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง

4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง โดยสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจากภาครัฐ โดยวางกลยุทธ์ให้จังหวัดเป็นเมืองแห่งการส่งเสริมสุขภาพและสปา และการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและรองรับนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น และมีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2-3 วัน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันนักขัตฤกษ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Smitananda (2010) ที่กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนนทบุรีที่มีนักท่องเที่ยวเริ่มมาใช้บริการมากขึ้น โดยเฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์ ส่วนแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ มีทิศทางที่ดีขึ้นและมีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากกระแสความสนใจในการป้องกันและการส่งเสริมสุขภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jyothis and Janardhanan (2009)

4.2 ปัญหาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนองซึ่งปัญหาความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพขาดความร่วมมืออย่างเป็นทางการ ไม่มีองค์กรที่เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงและประสานงานด้านการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นไม่มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและขาดความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sopon and Meraman

(2007) ที่กล่าวถึงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสังคมที่ต้องตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรของชุมชน ความรู้ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และการยอมรับและการมีส่วนร่วมของชุมชน ส่วนปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ได้แก่ (1) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มีการส่งเสริมให้ครอบคลุมทุกมิติการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพรูปแบบอื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ Global Wellness Institute (2015) ที่กล่าวถึงนักท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพจะแสวงหากิจกรรมที่มีคุณค่าจากมิติด้านร่างกาย สังคม สิ่งแวดล้อม อารมณ์ จิตวิญญาณ และจิตใจ ที่พักผ่อนและบริษัทนำเที่ยวที่ได้มาตรฐานมีจำนวนน้อย ไม่มีการจัดการการขนส่งอย่างเป็นระบบ ไม่ค่อยคำนึงถึงการให้บริการทางการแพทย์และการตรวจสุขภาพก่อนทำกิจกรรม และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพยังไม่มีความชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen, Chang, and Wu (2013) ที่กล่าวถึงปัจจัยการให้บริการลูกค้าที่สำคัญ ได้แก่ มีบุคลากรที่ให้บริการเส้นทางและการคมนาคมที่สะดวก มีอาหารปลอดสารพิษ บรรยากาศผ่อนคลาย มีการส่งเสริมสุขภาพ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ มีกิจกรรมร่วมกันของครอบครัว และการเรียนรู้จิตใจ (2) ปัญหาด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งสถานประกอบการสปายังไม่มีการกำหนดราคาค่าบริการแบบแพ็คเกจที่หลากหลายและเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hongsup (2014) ที่กล่าวถึงแนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าควรมีค่าบริการที่เหมาะสม (3) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายการท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวขาดการประสานงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukonthasab et al. (2016) ที่กล่าวถึงศูนย์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรร่วมมือกันทั้งฝ่ายรัฐบาลและเอกชน (4) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ภาครัฐและภาคเอกชนยังไม่ได้กระตุ้นการบอกต่อเรื่องราวการท่องเที่ยวที่ชัดเจน

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hongsup (2014) ที่กล่าวถึงแนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (5) ปัญหาด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พนักงานให้บริการยังต้องพัฒนาคุณสมบัติให้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tongsong and Ruksapol (2009) ที่กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนว่าต้องพัฒนามาตรฐานในการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว (6) ปัญหาด้านกระบวนการในการจัดการท่องเที่ยว ไม่มีการส่งเสริมการอบรมภาษาต่างประเทศ ไม่ได้กำหนดบทบาทของพนักงานและแผนผังการให้บริการที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jyothis and Janardhanan (2009) ที่กล่าวถึงคุณภาพการบริการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องมีบริการที่น่าพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ (7) ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวขาดการดูแลรักษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rungkitlersakul and Wuttiin (2007) ที่กล่าว ถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสปาว่าต้องปรับปรุงสถานที่ให้สะอาด สวยงาม และมีที่พักผ่อน

4.3 กลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของอำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง มี 7 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐต้องส่งเสริมให้ภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และตั้งองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pinyochoto (2006) ที่กล่าวถึงรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการดำเนินงานร่วมกัน ด้านการบริการที่ต้องมีคณะกรรมการบริหารจัดการและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว (2) กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถและองค์ความรู้การส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐต้องส่งเสริมให้จัดอบรมภาษาต่างประเทศให้แก่

พนักงาน เชิญวิทยากรมาให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และองค์กรชุมชนต่างๆ และส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเบื้องต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rungkitlersakul and Wuttiin (2007) ที่กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสปาจากน้ำแร่ธรรมชาติว่าต้องมีการพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นให้มีความรู้ สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ (3) กลยุทธ์การส่งเสริมและควบคุมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐต้องส่งเสริมให้บ่อน้ำแร่ธรรมชาติที่มีคุณภาพระดับโลกเป็นสิ่งดึงดูดใจอันดับแรก ตกแต่งเมืองระนองให้มีเอกลักษณ์ของเมืองแห่งการส่งเสริมสุขภาพและสปา และอนุรักษ์ธรรมชาติรอบอำเภอมืองระนอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hongsup (2014) ที่กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อน ซึ่งควรปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม ปรับปรุงความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และมีป้ายนิทรรศการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ใกล้เคียง (4) กลยุทธ์การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐควรร่วมกับภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทั้งแบบเต็มรูปแบบและแบบบูรณาการ ในรูปแบบ 3 วัน 2 คืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukonthasab et al. (2016) ที่กล่าวถึงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ และแบบบูรณาการกับการท่องเที่ยวอื่น (5) กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการขนส่งในอำเภอมืองระนอง ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีโรงแรมที่ให้บริการส่งเสริมสุขภาพอย่างครบวงจรและมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จัดการการขนส่งอย่างเป็นระบบ และเพิ่มป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mueller and Kaufmann (2001) ที่กล่าวถึงโรงแรมส่งเสริมสุขภาพควรมีความเชี่ยวชาญในการให้

ข้อมูลด้านสุขภาพ การดูแลสุขภาพรายบุคคล และโปรแกรมเชิงวัฒนธรรมและการพักผ่อนที่หลากหลาย (6) กลยุทธ์การพัฒนาศูนย์ บริการนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองระนอง ภาครัฐควรตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบ One-Stop Service และคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่เป็นอย่างดี และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukonthasab et al. (2016) ที่กล่าวถึงศูนย์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ฝ่ายรัฐบาลและเอกชนควรร่วมมือกัน และ (7) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการบอกต่อเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ภาครัฐต้องประชาสัมพันธ์อำเภอเมืองระนองด้วยภาพลักษณ์ของเมืองแห่งการส่งเสริมสุขภาพและสปา มีการนำเสนอข้อมูลผ่านงานต่างๆ และทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งกระตุ้นและวางแผนเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tong song and Ruksapol (2009) ที่กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนถ้าเขาพลูที่ต้องพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดเชิงรุกมากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ภาครัฐต้องตั้งองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงและกระจายข้อมูลข่าวสาร ระหว่างภาครัฐ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระนองที่เป็นตัวแทนของภาคเอกชน และองค์กรชุมชนต่างๆ
2. ภาครัฐต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และร่วมกันพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทั้งแบบเต็มรูปแบบและแบบบูรณาการ ในรูปแบบ 3 วัน 2 คืน

3. ภาครัฐต้องตกแต่งเมืองระนองให้มีเอกลักษณ์ของเมืองแห่งการส่งเสริมสุขภาพและสปา อนุรักษ์ธรรมชาติและรอบอำเภอเมืองระนอง เพิ่มป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว จัดการการขนส่งอย่างเป็นระบบ และจัดทำข้อมูลรถโดยสาร (รถสองแถวไม้)

4. ภาครัฐต้องส่งเสริมให้บ่อน้ำแร่ร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน และบ่อน้ำแร่ร้อนพรรั้ง ซึ่งมีน้ำแร่คุณภาพระดับโลกเป็นสิ่งดึงดูดใจอันดับแรก และให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม ปรับปรุงป้ายต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย น่าอ่าน และเพิ่มภาษาอังกฤษ และควบคุมมาตรฐานในการให้บริการ โดยมีพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแบบเชิงลึก และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้

5. ภาครัฐต้องตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบ One-Stop Service และเชื่อมโยงความร่วมมือกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่เป็นอย่างดี และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้

6. ภาครัฐต้องประชาสัมพันธ์อำเภอเมืองระนองด้วยภาพลักษณ์ของเมืองแห่งการส่งเสริมสุขภาพและสปา ประชาสัมพันธ์ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ให้ชัดเจน และจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับน้ำแร่ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยนำเสนอข้อมูลผ่านงานต่างๆ และทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งกระตุ้นและวางแผนเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรดำเนินการวิจัยกลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อื่นของประเทศ

2. ควรดำเนินการวิจัยโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิง ต้นแบบที่สามารถนำไปปรับใช้กับพื้นที่อื่นได้ ส่งเสริมสุขภาพทั้งแบบเต็มรูปแบบและบูรณาการให้เป็น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2559). รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559. สืบค้น 23 พฤศจิกายน 2559, จาก www.tourism2.tourism.go.th/farms/uploaded/00Statistic/2015/Expenditure/Inter%20Arrivals/Tourism%20Receipts%20from%20International%20Tourist%20Arrivals.pdf.
- กองแผนและงบประมาณ องค์การบริหารส่วนจังหวัดระนอง. (2558). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา (พ.ศ.2557–2561) ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2558.
- กองแผนและงบประมาณ องค์การบริหารส่วนจังหวัดระนอง. (2559). แผนพัฒนา (พ.ศ.2561–2564).
- ชลตรงค์ ทองสง และ อำนาจ รักษาพล. (2552). โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำร้อน ถ้าเขาพลู. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ชนิดา ทวีศรี. (2551). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2559, จาก www.l3nr.org/posts/166878
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2559). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นนทพร โสภณ และ มุมตาส มีระมาน. (2550). ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา: น้ำพุร้อนธรรมชาติจังหวัดระนอง. นครศรีธรรมราช: เครือข่ายการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน สกอ.ภาคใต้ตอนบน.
- นพปฏิล สมิติานนท์. (2553). กลยุทธ์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- รัตนา ปานเรียนแสน และคณะ. (2559). รูปแบบการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเอเชีย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ศศิธร รุ่งกิจเลิศสกุล และ เนตรดาว วุฒิอิน. (2550). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงราย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ศิริภรณ์ ภิญโญชูโต. (2549). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นและชุมชนบ้านช่วงบุก ตำบลห้วยไร่ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 มกราคม–มีนาคม 2559.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2553). การวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน.

สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2555). **แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง) พ.ศ.2557–2560 (ฉบับทบทวน).**

สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2559). **แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง) พ.ศ.2561–2564.**

สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และคณะ. (2559). **สถานการณ์ ความต้องการ และแนวโน้มของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในเอเชีย.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

อริศรา ห้องทรัพย์. (2557). **แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคทางตอนเหนือ ของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

References

Chen, K. H., F. H. Chang, and C. Wu. (2013). **Investigating the Wellness Tourism Factors in Hot Spring Hotel Customer Service.** International Journal of Contemporary Hospitality Management, 25(7): 1092–1114.

Department of Tourism. (2016). **Tourism Receipts from International Tourist Arrivals.** Retrieved November 23, 2016, from www.tourism2.tourism.go.th/farms/uploaded/00Statistic/2015/Expenditure/Inter%20Arrivals/Tourism%20Receipts%20from%20International%20Tourist%20Arrivals.pdf.

Division of Planning and Budgeting, Ranong Provincial Administrative Organization. (2015). **Strategic Development Plan (2014–2018) Revised Edition 2015.**

Division of Planning and Budgeting, Ranong Provincial Administrative Organization. (2016). **Development Plan(2018–2021).**

Global Wellness Institute. (2015). **The Global Wellness Tourism Economy Report 2013 & 2014.** Miami: GWI.

Hongsup, A. (2014). **The Guidelines for Developing Hot Spring Resource in Health Tourism Destination Management in Northern Thailand.** Master's thesis, Chulalongkorn University.

Jyothis, T. and V. K. Janardhanan. (2009). **Service Quality in Health Tourism: An Evaluation of the Health Tourism Providers of Kerala (India).** South Asian Journal of Tourism and Heritage, 2(1): 77–82.

Middleton, V. T. C. et al. (2009). **Marketing in Travel and Tourism (4th ed.).** Burlington: Butterworth–Heinemann.

Mill, R. C. and A. M. Morrison. (2012). **The Tourism System (7th ed.).** Dubuque: Kendall Hunt Publishing.

Mueller, H. and E. L. Kaufmann. (2001). **Wellness Tourism: Market Analysis of a Special Health Tourism Segment and Implications for the Hotel Industry.** Journal of Vacation Marketing, 7(1): 5–17.

Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. (2016). **Tourism Economic Review No. 3 (January–March, 2016).**

Panriansaen, R. et al. (2016). **A Development of Thai Health Tourism as a Centre for Asian Tourism Destination.** Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF).

- Perreault, W. D. and E. J. McCarthy. (2002). **Basic Marketing: A Global–Managerial Approach**(14th ed.). New York: McGraw–Hill.
- Pinyochoto, S. (2006). **A Model of Health Tourism Management of the Local Organizations with the Cooperation of the Ban Khuangbuk Community, Tambon Huay–Rai, Amphoe Denchai Phrae Province**. Master’s thesis, Uttaradit Rajabhat University.
- Proyrungroj, R. (2015). **Tourist Behavior**. Bangkok: Odeon Store.
- Pummanee, T. (2016). **Tourism industry** (4th ed.). Bangkok: Ramkhamhaeng University Press.
- Rungkitlersakul, S. and N. Wuttiin. (2007). **Guidelines for natural hot spring tourism development in Chiang–Rai Province**. Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF).
- Smitananda, N. (2010). **Promoting strategies for health tourism in Nonthaburi Province**. Master’s thesis, Chulalongkorn University.
- Sopon, N. and M. Meraman. (2007) **The Potentiality of Health Tourism Destination, Case study: Hot Springs in Ranong**. Nakhon Si Thammarat: Research Network and Technology Transfer to the Community, OHEC, Upper Southern.
- Sukonthasab, S. et al. (2016). **Situations, Needs and Trends of Health Tourism Model in Asia**. Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF).
- Taveesri, C. (2008). **Health Tourism**. Retrieved November 25, 2016, from www.l3nr.org/posts/166878.
- The Office of Strategy Management, Southwest Andaman. (2010). **Demand Analysis in OSM Andaman**.
- The Office of Strategy Management, Southwest Andaman. (2012). **OSM Andaman Development Plan (Ranong, Phang Nga, Phuket, Krabi, Trang) 2014–2017 (Revised Edition)**.
- The Office of Strategy Management, Southwest Andaman. (2016). **OSM Andaman Development Plan (Ranong, Phang Nga, Phuket, Krabi, Trang) 2018–2021**.
- Tongsong, C. and A. Ruksapol. (2009). **The Research Project for Development of Health Tourism at Tumkhouplu Hot Spring**. Chiang Mai: Maejo University.

ประวัติผู้เขียน



Name: Miss Chayaporn Theeravechpolkul
Address : 99/43 Nanglinchi 5 Nanglinchi Road Chong Nonsi, Yannawa, Bangkok 10120
Education: Master Student, Faculty of Business Administration, Kasetsart University, Bang Khen Campus