

การศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทย

ดารณี อางหาญ*

คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เกิตศิริ เจริญวิศาล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วันที่รับบทความ 19 กันยายน พ.ศ. 2567

วันที่แก้ไขบทความ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

วันที่ตอบรับบทความ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะของโรงแรมเวลเนสบริบทประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับโรงแรมเวลเนสของประเทศไทย โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์แบบเจาะจง จำนวน 20 คน ดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์แก่นสาระ พบว่า องค์ประกอบคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของโรงแรมที่มุ่งเน้นการให้บริการเสริมสร้างสุขภาพ ส่งเสริมความผ่อนคลายและฟื้นฟูทั้งร่างกายและจิตใจ ด้วยทักษะความเชี่ยวชาญในการให้บริการตามแนวคิดของมีดีสุขภาพ ตามแต่ระดับการดูแลสุขภาพและสิ่งสนับสนุนตามศักยภาพของแต่ละโรงแรมจะนำเสนอออกมา ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 7 ประการ ได้แก่ นโยบายการบริหาร การออกแบบสุขภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกสุขภาพ บริการสุขภาพ กระบวนการให้บริการ คุณภาพบริการ และบุคลากร

คำสำคัญ: โรงแรมเวลเนส; บริการสุขภาพ; คุณลักษณะโรงแรมเวลเนส

* ผู้รับผิดชอบบทความ: daranee.a@bu.ac.th

The Study of Wellness Hotel Attributes Component in Thailand

Daranee Artharn*

School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University

Kaedsiri Jaroenwisan and Viroj Jadesadalug

Faculty of Management Science, Silpakorn University

Received 19 September 2024

Received in revised 15 November 2024

Accepted 20 November 2024

Abstract

This qualitative research aimed to explore the characteristics of wellness hotels in Thailand. The research sample consisted of 20 Thai wellness hotel experts who were purposively selected. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using thematic analysis. The findings revealed that the unique characteristics of Thai wellness hotels focus on promoting physical and mental well-being through specialized services and facilities. The level of service and support varies depending on the capabilities of each hotel. Seven key components were identified: 1) operational management, 2) wellness design, 3) wellness facilities, 4) wellness services, 5) service process, 6) service quality, and 7) staff.

Keywords: wellness hotel; wellness services; wellness hotel attribute

* Corresponding author: daranee.a@bu.ac.th

DOI: 10.14456/tujournal.2025.29

บทนำ

ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันอันเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อชีวิตประจำวัน ซึ่งนับวันจะยิ่งเด่นชัดมากขึ้น เช่น ผลพิษจากสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น จำนวนผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) มีมากขึ้น ซึ่งมีสาเหตุจากวิถีการดำเนินชีวิตสมัยใหม่ ทั้งการกิน การใช้ชีวิต การทำงาน ความเครียด ความเร่งรีบ และโรคระบาดที่เกิดขึ้นใหม่ ผู้คนจึงค้นหาการดูแลสุขภาพร่างกายที่ไม่ใช่การแพทย์ แต่อยู่ในด้านของการป้องกัน (preventive) เพื่อให้สุขภาพร่างกายกลับมาอยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งกลุ่มธุรกิจโรงแรมจึงมีการปรับรูปแบบการบริการให้ตรงความต้องการของผู้บริโภคที่เน้นการให้ดูแลบำบัดสุขภาพแบบองค์รวม ค้นหาศาสตร์ทริตเมนต์ใหม่ ๆ และมีกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาวะที่ดี (well-being) เพื่อช่วยลดความเสี่ยงโรคที่เกิดจากไลฟ์สไตล์สมัยใหม่ รวมถึงการมองหาการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเสริมการให้บริการเฉพาะบุคคล เช่น การตรวจพันธุกรรมเพื่อนำผลมาวางแผนจัดสรรโปรแกรมสุขภาพให้ตรงความต้องการ หรืออาหารเสริมเพื่อสุขภาพแบบเฉพาะบุคคล เป็นต้น

การเติบโตของกระแสใส่ใจสุขภาพในปัจจุบัน ทำให้กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพครอบคลุมในหลายกลุ่มธุรกิจที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสุขภาพ อาทิเช่น การดูแลสุขภาพส่วนบุคคล ความงาม (personal care & beauty) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) อสังหาริมทรัพย์เพื่อสุขภาพ (wellness real estate) สถานประกอบการสปาที่ส่งเสริมสุขภาพ (spa) ธุรกิจน้ำพุร้อน (thermal / mineral springs industry) (GWI, 2022) โดยธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่คาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ยในช่วงปี 2020-2025 ร้อยละ 21 ต่อปี มี (GWI, 2022) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงถึง 12.5 ล้านคนต่อปี โดยเดินทางมารับบริการด้านสุขภาพ (การตรวจ/รับการรักษาสุขภาพ) เป็นวัตถุประสงค์หลัก มีจำนวน 370,762 คน และเดินทางมาเพื่อพักผ่อนเป็นหลักแต่ใช้บริการตรวจ/รับการรักษาสุขภาพ จำนวน 680,960 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้สูงถึง 409,000 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) ตลอดจนการที่ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับ 1 ของโลกด้านสถานบริการเพื่อสุขภาพ (wellness retreats) และอันดับที่ 2 ในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพที่ได้รับความนิยม (highest-rated wellness activities) รองจากประเทศมัลดีฟ แสดงให้เห็นถึงของศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีส่วนอย่างมากต่อการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสูง และดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการพักผ่อนเพื่อสุขภาพ ด้วยธรรมชาติที่สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน แหล่งวัตถุดิบอาหารที่สมบูรณ์ บุคลากรด้านสุขภาพ อาทิ สปาไทยที่มีชื่อเสียงในระดับโลก บุคลากรและบริการด้านการแพทย์ รวมถึงสถานประกอบการที่พักที่ของไทยที่เป็นจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (กรมการท่องเที่ยว, 2565)

จากแนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ททำการพัฒนาการบริหารจัดการและรูปแบบบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดโรงแรมและรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ จึงต้องมีความแตกต่างจากโรงแรมทั่วไปตรงที่จะมีการนำกิจกรรมที่มีคุณสมบัติในการดูแลสุขภาพหลายด้านมาบูรณาการเข้าไปเพื่อเสนอให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในช่วงเวลา

ที่เข้าพักในโรงแรม ซึ่งเป็นการสร้างอัตลักษณ์พิเศษและสามารถสร้างประสบการณ์จากบริการสุขภาพที่แตกต่างจากโรงแรมทั่วไป โดยมีจุดมุ่งหมายหลักคือการเน้นการพัฒนาและดูแลรักษาสุขภาพทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ ความคาดหวังเพื่อผ่อนคลาย ฟันฟูสุขภาพ

ปัจจุบันยังพบว่า งานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมเวลเนสในประเทศไทยที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของโรงแรมเวลเนสยังมีจำนวนไม่มากนัก และยังขาดการศึกษาในเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะเรื่องการออกแบบเพื่อสุขภาพ การให้บริการสุขภาพ และกระบวนการส่งมอบประสบการณ์เชิงสุขภาพที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากโรงแรมทั่วไปที่ชัดเจน จะเห็นได้ถึงความสำคัญในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งนำเสนอองค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทสรุปของบทความนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการโรงแรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม (wellness holistic approach) เพื่อสร้างมูลค่าการให้บริการ สำหรับกลุ่มตลาดเฉพาะ “สุขภาพดีสไตล์เวลเนส” ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวคุณภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสุขภาพ ทั้งนี้ยังสามารถต่อยอดในเชิงวิชาการเพื่อการดำเนินการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการที่พักเพื่อสุขภาพประเภทอื่น ๆ อาทิเช่น เฮลท์แคร์ เมดิคัลทรีท เป็นต้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานภาคบริการธุรกิจที่พักเพื่อสุขภาพซึ่งเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปสู่เป้าหมายการเป็นศูนย์กลางจุดหมายปลายทางที่พักเพื่อสุขภาพของเอเชียต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสในบริบทประเทศไทยเป็นประเด็นศึกษา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยขอเสนอส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงพอสังเขปดังนี้

การท่องเที่ยวเพื่อการดูแลสุขภาพ (wellness tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อความผ่อนคลาย (relaxation) การดูแลสุขภาพ (reconciling, rejuvenating) การป้องกันไม่ให้เกิดโรคร้าย (prevention) นักท่องเที่ยวจะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย แต่ถึงแม้จะมีความแตกต่างกับ medical tourism ที่นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการรักษาเยียวยาอาการเจ็บป่วย (illness focused) ซึ่งจะเข้ารับบริการจากโรงพยาบาลหรือสถานประกอบการเฉพาะ โดยทีมแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญดูแลขั้นตอนการรักษา (Manisa, 2016) แต่จะมีส่วนที่คาบเกี่ยวกัน เรียกว่า medical wellness tourism จะเป็นบริการทางการแพทย์ผสมผสานกับการบำบัดอื่น ๆ ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามวัตถุประสงค์และประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการ Piuchan (2019) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวกลุ่มสปาเพื่อความงาม เดินทางเพื่อพักผ่อนและแสวงหาการดูแลสุขภาพและรูปลักษณ์ภายนอก 2) นักท่องเที่ยวกลุ่มไลฟ์สไตล์รีสอร์ท การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและคลายความเครียด และแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ โดยได้รับความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ

3) นักท่องเที่ยวที่แสวงหาการพัฒนาตนเองและจิตวิญญาณ เดินทางเพื่อการพักผ่อนค้นหาคุณค่าและรู้จักตัวตนผ่านกิจกรรมที่ปฏิบัติ 4) นักท่องเที่ยวกลุ่มความต้องการเฉพาะด้านสุขภาพ มีวัตถุประสงค์การพักผ่อนและฟื้นฟูร่างกายและสุขภาพ โดยเข้ารับบริการตั้งแต่ขั้นระยะการรักษาทางการแพทย์ แม้ว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งได้หลากหลายประเภท แต่สิ่งที่เหมือนกันคือนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเป็นแรงขับเคลื่อนภายในของแต่ละบุคคลเพื่อได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมหรือบริการเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) จะต้องสถานที่สำหรับพักผ่อนเพื่อเข้ารับบริการสร้างสมดุลทางร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ โดยมีระยะเวลาในการเข้าพัก (Hjalager and Konu, 2010; Georgiev & Vasileva, 2010; Chen et al., 2008) โดยปัจจัยที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเลือกสถานที่พักในการพักผ่อนเพื่อสุขภาพนั้น อาจมาจากหลายปัจจัย ได้แก่ บริการเวลเนส สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการให้บริการด้านสุขภาพ สถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและผู้เชี่ยวชาญที่สามารถออกแบบโปรแกรมกิจกรรมในการเข้ารับบริการได้ตามความวัตถุประสงค์ที่ปรารถนาไม่ได้มีแค่เฉพาะบริหารห้องพัก และสปา หรือทรีตเมนต์อย่างเดียว แต่ยังมีบริการด้านอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างสมดุล ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม โรงแรมชั้นนำหลายแห่งนำเสนอบริการด้านสุขภาพที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า เช่น บริการโยคะ อุปกรณ์สมาธิ สปาในห้องพัก และสระว่ายน้ำ (Infinity Pool) เป็นต้น (Smith et al., 2010) รวมถึงการนำกลยุทธ์บริการสุขภาพมาใช้ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวสุขภาพอีกด้วย ตัวอย่างเช่น Hilton ได้นำเสนอการออกกำลังกายในห้องพักที่เรียกว่า “Five Feet to Fitness” (Hilton, 2020) ในขณะที่ JW Marriott เน้นการให้บริการที่มุ่งเน้นไปที่ “การมีสติทั้งจิตใจ การบำรุงร่างกาย และการฟื้นฟูจิตวิญญาณ” (JW Marriott, 2020) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมระดับหรูตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เน้นเฉพาะบริการบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวสุขภาพและยกระดับประสบการณ์เพื่อสุขภาพ

จากการศึกษาคุณลักษณะของโรงแรมเวลเนสทำให้เห็นถึงความสำคัญกับองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในโรงแรม ตามการศึกษาของ Chi, et al. (2020) เกี่ยวกับเกณฑ์สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมเวลเนส (The Scale of Wellness Hotel Amenities : SWHA) ปรากฏ 3 องค์ประกอบของโรงแรมเวลเนส ได้แก่

- 1) องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมส่งเสริมสุขภาพ (environmental wellness) โดยกล่าวถึง ประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก (amenity) ที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบุคคล ยกตัวอย่างเช่น คุณภาพการถ่ายเทอากาศภายในห้องพัก (indoor air quality) คุณภาพน้ำ (water quality) สภาพแวดล้อมที่มีความสะอาด (cleanable environment) กลิ่นหอม (olfactory comfort) และอุณหภูมิที่เหมาะสม (thermal comfort)

- 2) องค์ประกอบด้านกายภาพ (physical fitness) ประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกด้านส่งเสริมความแข็งแรงทางด้านร่างกาย ยกตัวอย่างเช่น กิจกรรมออกกำลังกายภายในอาคาร การออกแบบกิจกรรมการออกกำลังกายเฉพาะบุคคล และกิจกรรมออกกำลังกายเฉพาะบุคคลที่ต้องใช้พื้นที่หรืออุปกรณ์เสริม

3) องค์ประกอบส่งเสริมสุขภาพจิต (mind wellness) เป็นประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนการดูแล พื้นฟูสภาวะทางจิตใจ ยกตัวอย่างเช่น บริการให้คำปรึกษาทางด้านจิตวิทยา การฝึกสมาธิและจิตวิญญาณโดยมีสถานที่และผู้ให้คำแนะนำ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ด้าน เป็นพื้นฐานโมเดลทางส่งเสริมสุขภาพที่มีนัยสำคัญต่อความปรารถนาของมนุษย์ในการพัฒนาไปสู่การมีสุขภาพที่ดี

โครงสร้างคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพการเป็นอยู่ที่ดีในบริบทของโรงแรม จะถูกมาถ่ายทอดเป็นรูปแบบการให้บริการบนพื้นฐานของหลักการสุขภาพดีแบบครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย 6 มิติ ได้แก่ มิติ 1: การออกกำลังกาย (physical fitness) มิติ 2: การดูแลความงาม (beauty care) มิติ 3: โภชนาการและอาหารที่ดี (nutrition and diet) มิติ 4: การเรียนรู้และกิจกรรมทางปัญญา (mental activity and education) มิติ 5 การพักผ่อนและการทำสมาธิ (Rest and meditation) และมิติ 6: การติดต่อสังคมและความไวต่อสิ่งแวดล้อม (social contacts and environmental sensitivity)

สอดคล้องกับการศึกษาโรงแรมส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยของ มานิศา และอนัญญา (2562) ได้อธิบายถึง องค์ประกอบของโรงแรมส่งเสริมสุขภาพที่สำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ 1) องค์ประกอบของโรงแรม (hotel components) สำหรับในส่วนองค์ประกอบของโรงแรมนั้น กล่าวถึงการจัดการบริหารตามมาตรฐานโรงแรม ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) สิ่งที่เป็นรูปธรรมต่าง ๆ สามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้ และใช้เป็นเครื่องมือบ่งชี้ถึงคุณภาพบริการ ทั้งที่เป็นสภาพแวดล้อมภายนอก (facility exterior) เช่น รูปลักษณะภายนอกสิ่งก่อสร้างของตัวอาคาร การจัดสวน และที่จอดรถ โถงต้อนรับ เป็นต้น และสภาพแวดล้อมภายใน (facility interior) เช่น องค์ประกอบภายในห้องพัก การตกแต่งภายในตัวสถานที่ให้บริการ การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์เครื่องใช้สิ่งอำนวยความสะดวก การระบายอากาศและอุณหภูมิ แสงสว่างภายในสถานที่ ระบบความปลอดภัยในพื้นที่ เป็นต้น 2) องค์ประกอบด้านเวลเนส (wellness component) ซึ่งเป็นการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (wellness facilities) ซึ่งปัจจัยหลักของธุรกิจที่พิกมุงเน้นสู่การรักษาเพียงบริการส่งเสริมสุขภาพเน้นเพื่อผ่อนคลายร่างกายและปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตให้มีสุขภาพที่สมดุลเท่านั้น ทั้งนี้องค์ประกอบของโรงแรมเวลเนสที่น่าเสนอคุณค่าทางธุรกิจในรูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางด้านเวลเนสโดยยึดหลักการของแก่นแนวคิดองค์ประกอบเวลเนส มาจากความกลมกลืนระหว่างร่างกาย จิตใจ และทัศนคติต่อความรับผิดชอบตนเองให้มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ดูแลรูปร่าง ความงาม การควบคุมอาหารและโภชนาการ การพักผ่อน ปฏิบัติธรรม กิจกรรมการบำบัดจิตใจ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการศึกษาหาองค์ประกอบคุณลักษณะของโรงแรมเวลเนสในบริบทประเทศไทย ดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) ที่พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (systematic literature review) เป็นวิธีวิจัยที่ศึกษาข้อมูลระดับทุติยภูมิคัดเลือกเอกสารแบบเจาะจง (purposive sampling) ที่ใช้ในการรวบรวมและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างครอบคลุม เพื่อตอบคำถาม

การวิจัยที่เฉพาะเจาะจง โดยใช้กระบวนการและเป็นระบบที่ชัดเจน ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาและสร้างข้อสรุปบนพื้นฐานของหลักฐานที่มีอยู่ได้อย่างน่าเชื่อถือ และลดความเสี่ยงจากอคติ (Xiao & Watson, 2019) เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะของโรงแรมเวลเนส ด้วยการสืบค้นข้อมูลจากผลการวิจัยที่ได้รับการยอมรับจากเอกสารที่เกี่ยวข้องที่ตีพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 2010-2024 (พ.ศ. 2546-2567) และมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะหรือองค์ประกอบของโรงแรมเวลเนส การคัดเลือกงานวิจัยด้วยการกำหนดค่าสำคัญในการสืบค้นงานวิจัยจากฐานข้อมูล ได้แก่ “Wellness Hotel”, “Hotel Attributes” “Wellness Hotel Attributes” สังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้จำนวน 52 ชิ้น เพื่อนำข้อมูลมาสังเคราะห์ข้อสรุปและจัดกลุ่มเป็นองค์ประกอบหลักเพื่อนำมาใช้เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์เพื่อการพัฒนาต่อไป สามารถสรุปองค์ประกอบคุณลักษณะสำคัญของโรงแรมเวลเนสได้เป็น 6 ด้าน พร้อมคุณลักษณะย่อยภายใต้แต่ละด้าน ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สังเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะโรงแรมเวลเนสจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ

องค์ประกอบหลัก	คุณลักษณะย่อย
1) บรรยากาศ (Atmosphere)	การตกแต่งที่สร้างความรู้สึกลึบคลาญ ใกล้เคียงธรรมชาติ มีพื้นที่สีเขียว กลิ่นหอม อโรมาเธอราพี เสียงดนตรีบรรเลงเบา ๆ แสงไฟอ่อนโยน
2) สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสุขภาพ (Wellness Amenities)	สปา ฟิตเนส/ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ อ่างน้ำร้อน/ชามานา กิจกรรมโยคะ/ฝึกสมาธิ
3) คุณภาพห้องพัก (Room Quality)	ความสะอาด ความสะดวกสบาย/นุ่มนวล สิ่งอำนวยความสะดวกในห้อง (เช่น เครื่องชงกาแฟ, ชุดชงชา) การตกแต่งที่ทันสมัย วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
4) คุณภาพการบริการ (Service Quality)	พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ พนักงานเป็นมิตร ใส่ใจดูแล เอาใจใส่ พนักงานมีประสิทธิภาพ ตอบสนองได้รวดเร็ว พนักงานเข้าใจความต้องการเฉพาะบุคคล มีบริการนวดหรือสปาในห้องพัก
5) อาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage)	อาหารเพื่อสุขภาพ (ออร์แกนิก, ปลอดสารพิษ) คุณภาพวัตถุดิบและรสชาติอาหารดี ทางเลือกอาหารที่หลากหลาย (เช่น มังสวิรัติ, ปลอดกลูเตน) มีน้ำผลไม้/สมูทตี้/น้ำดื่ท็อกซ์ เครื่องดื่มสมุนไพร/ชาสุขภาพ
6) โปรแกรมส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Programs)	การตรวจสุขภาพ/โภชนาการ คลาสออกกำลังกายหลากหลาย กิจกรรมเพื่อจิตใจ (เช่น สมาธิ, ศิลปะบำบัด) สปาพรีดิเมนต์สุขภาพ เช่น การขัดผิว, พอกตัว กิจกรรมกลุ่มเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ที่มา :

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับโรงแรมเวลเนสของประเทศไทย โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์แบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 20 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารศูนย์เวลเนส (wellness center) ประเภทที่พักนักท่องเที่ยว (wellness accommodation) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม (hotel standard) และประเภทสถานพักตากอากาศ (resort) ผู้จัดการโรงแรมเวลเนสที่ได้รับรองมาตรฐาน GHA WellHotel® for well-being และธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นพันธมิตรทางการค้ากับคลินิกเวลเนส (partnered hotels) จำนวน 13 คน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่รับผิดชอบด้านการตรวจประเมินรับรองมาตรฐานโรงแรมรีสอร์ทเวลเนส จำนวน 2 คน ตัวแทนจากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพและธุรกิจสปา จำนวน 2 คน และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมเวลเนส จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยพัฒนามาจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำข้อค้นพบที่ได้มาสังเคราะห์เป็นข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง โครงร่างการวิจัยได้ผ่านการให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร การอธิบายการตอบแบบสอบถามและอธิบายวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่างทุกครั้ง โดยผู้วิจัยดำเนินการปกป้องสิทธิการเข้าร่วมและถอนตัวจากการวิจัย การรักษาความลับของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลและการเก็บข้อมูลเมื่อกลุ่มตัวอย่างยินยอม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 2 เมษายน-6 มิถุนายน พ.ศ. 2567 ได้ดำเนินการ ดังนี้

- 1) ติดต่อเพื่อนัดหมายและขอสัมภาษณ์ 2) สัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล โดยใช้เวลาเฉลี่ยครั้งละ 1 ชั่วโมง ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล 3) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา ตรวจสอบข้อค้นพบ 4) สรุปข้อค้นพบองค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิเคราะห์แก่นสาระ (thematic analysis) โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากคำพูดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์ ซึ่งสะท้อนความคิดเห็นในประเด็นสำคัญของบทสัมภาษณ์ จากนั้นเอาข้อความสำคัญ กำหนดความหมาย จัดหมวดหมู่ นำมาร้อยเรียงเชื่อมโยงเป็นแก่นสาระ และนำเสนอองค์ประกอบคุณลักษณะของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทย

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ผลการศึกษานำเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. สภาพการณ์ของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทย พบว่า ที่พักในลักษณะโรงแรมเวลเนสนั้น เดิมเรียกว่า “destination spa” ซึ่งมีการพัฒนารูปแบบมาจากสปาที่ให้บริการแบบเป็นรายวัน (day spa) เป็นสถานที่ให้บริการสปาแบบมีห้องพักให้บริการ และพัฒนาขึ้นมาเป็น รีสอร์ทสปา (resort spa) ซึ่งมีแผนกสปาเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการให้บริการ โดยการบริหารจัดการภายใต้โรงแรมหรือรีสอร์ท ด้วยการสร้างแบรนด์สปาขึ้นมาเอง หรือโรงแรมรีสอร์ทอาจจะใช้การว่าจ้างบริษัทในการบริหารจัดการพื้นที่ก็ได้ โดยรูปแบบโรงแรมเวลเนส พิจารณาตามการให้บริการภายใต้การดำเนินธุรกิจโรงแรม สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 โรงแรมที่ใช้แนวคิดศาสตร์เวลเนสแบบเคร่งที่เน้นรูปแบบบริการและข้อเสนอ การบำบัด ดูแลสุขภาพแบบแพ็คเกจกำหนดจำนวนคืนการเข้าพัก รวมบริการอาหารเพื่อสุขภาพ ครบ 3 มื้อ บริการคำปรึกษาด้านสุขภาพจากผู้เชี่ยวชาญ คลาสออกกำลังกายประจำวัน การวิเคราะห์ทางกายภาพ และบริการสปาเทรดเมนต์

รูปแบบที่ 2 โรงแรมที่มีแผนกสปา นวดเพื่อสุขภาพ ทรีดเมนต์ทางด้านความงาม กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายให้บริการสำหรับเป็นทางเลือก

รูปแบบที่ 3 โรงแรมที่มีการควบรวมกับคลินิกดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (wellness clinic) ซึ่งจะเป็นการดูแลสุขภาพทางการแพทย์เข้ามาเป็นบริการเสริม เช่น การตรวจเลือดวิเคราะห์ผล การเติมวิตามิน และการนวดไทยทางการแพทย์

สำหรับการจดทะเบียนโรงแรมเวลเนสในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเฉพาะ หรือระเบียบกฎเกณฑ์ใด ที่ออกมาเป็นข้อกำหนดอย่างชัดเจน ดังนั้นการจดทะเบียนสถานประกอบการที่พักแบบส่งเสริมสุขภาพจึงขึ้นอยู่กับลักษณะของบริการสุขภาพเป็นหลัก ซึ่งใบอนุญาตตามกฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับ บริการสุขภาพที่เป็นส่วนประกอบของธุรกิจโรงแรมเพื่อสุขภาพ มีดังนี้ คือ 1) พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. ๒๕๔๗ - การประกอบธุรกิจโรงแรม 2) พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. ๒๕๔๑ - การประกอบวิชาชีพทางการแพทย์และสาธารณสุขอื่น ๆ ว่าด้วยการแพทย์แผนไทย หรือการแพทย์แผนไทยประยุกต์ กายภาพบำบัด และการแพทย์และสาธารณสุขอื่น ๆ และ 3) พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. ๒๕๕๙ - กิจการสปา กิจการนวดเพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงาม และกิจการอื่นตามที่ กำหนด ซึ่งเป็นสถานประกอบการบริการสุขภาพในรูปแบบใหม่ที่ยังไม่มีกฎหมายเป็นการเฉพาะสำหรับ ใช้กำกับดูแลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และกฎหมายที่มีอยู่สามารถช่วยให้การกำกับดูแลครอบคลุม การบริการที่มีอยู่แล้ว โดยผู้ที่สามารถเข้าถึงบริการได้ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและ นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ นอกจากนั้น มาตรฐานรับรองโรงแรมเวลเนสในประเทศไทยมีอยู่ 2 หน่วยงาน ที่ให้การรับรอง ได้แก่

1. มาตรฐานศูนย์เวลเนส ประเภทที่พักนักท่องเที่ยว (Wellness Accommodation) ของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข โดยต้องเป็นโรงแรม

หรือรีสอร์ท ที่ได้รับใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย และผ่านเกณฑ์ประเมินมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม (hotel standard) ระดับ 3 ดาวขึ้นไป และมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทที่พักตากอากาศ (รีสอร์ท) ระดับ 3 ดาวขึ้นไป ตามมาตรฐานของสมาคมโรงแรมไทย ซึ่งมีหลักเกณฑ์ครอบคลุม 11 ประการ ได้แก่ 1) สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไป และที่จอดรถ 2) โถงต้อนรับ ห้องสุขา ลิฟท์ และทางสัญจรภายในอาคาร 3) ห้องพัก (รวมทางเดิน ระเบียง และห้องน้ำในห้องพัก) 4) ห้องอาหารและห้องครัว 5) เมนูบริการเพื่อสุขภาพ 6) พื้นที่บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ ฟันฟูสุขภาพและป้องกันโรค 7) อุปกรณ์และยาช่วยชีวิตที่จำเป็น พร้อมใช้งานและ ผู้ให้บริการสามารถใช้งานได้ 8) บุคลากร 9) ระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป 10) ทรัพยากร และชุมชนแวดล้อม 11) การบริการอื่น ๆ ที่จำเป็น

2. GHA WellHotel® สำหรับ Wellbeing มาตรฐานโรงแรม รีสอร์ทและสปา รับรองโดย Global Healthcare Accreditation (GHA) โดยมีองค์ประกอบตามมาตรฐานหลัก 6 ประการ ได้แก่ มาตรฐานด้านการบริการ มาตรฐานด้านอาหาร มาตรฐานด้านการขายและการตลาด มาตรฐานด้านทรัพยากรมนุษย์ มาตรฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มาตรฐานด้านการเงินและบัญชีของโรงแรม

2. แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมเวลเนส พบว่า การวางตำแหน่งทางธุรกิจของโรงแรมเวลเนส ใช้การกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่ของโรงแรม และการออกแบบประสบการณ์บริการสุขภาพตามลักษณะของรูปแบบโรงแรม ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของโรงแรมเวลเนสจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีร่างกายสุขภาพแข็งแรง มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมโปรแกรมดูแลสุขภาพ (prevention program) ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ๆ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบปกติ แต่ขณะเดียวกันก็ใช้ช่วงเวลาการพักผ่อนแบบมีสุขภาพดี ซึ่งเรียกว่า wellcation และ กลุ่มนักเดินทางเพื่อการแพทย์ (medical traveler) ซึ่งมีวัตถุประสงค์การเดินทางมาเพื่อทำฟัน การเข้าโปรแกรม ดริปิตามิน และพบแพทย์เพื่อตรวจสุขภาพ (check-up) ในระยะฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย

สำหรับการบริหารจัดการด้านการตลาด มีการทำการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อาทิเช่น การนำเสนอแพคเกจเวลเนสในงานเทรดโชว์ในต่างประเทศกับ ททท. หรือการเข้าร่วมกับแคมเปญของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับ health and wellness tourism รวมไปถึงการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง media platform ร่วมกับการใช้พาร์ทเนอร์ทางธุรกิจในการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์โรงแรมและบริการร่วมด้วย

3. องค์ประกอบคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทย พบว่า โรงแรมเวลเนสมุ่งเน้นการให้บริการเสริมสร้างสุขภาพ ส่งเสริมความผ่อนคลายและฟื้นฟูทั้งร่างกายและจิตใจ ด้วยทักษะความเชี่ยวชาญในการให้บริการตามแนวคิดของมิติสุขภาพ (wellness dimension) ตามแต่ระดับการดูแลสุขภาพและสิ่งสนับสนุนตามศักยภาพของแต่ละโรงแรมจะนำเสนอออกมาข้อสรุปของการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทยตามทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ สามารถเสนอเป็นแผนผังมโนทัศน์ (conceptual mapping) แสดงความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสจากการสัมภาษณ์เชิงลึก
ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

3.1 นโยบายการบริหาร (operational management) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ กลยุทธ์ธุรกิจ (business strategy) มาตรฐานรับรองสถานบริการเพื่อสุขภาพ (health service standard) พันธมิตรทางธุรกิจ (partnership and collaborations) แนวปฏิบัติเพื่อความยั่งยืน (sustainability practices) การตลาดและการสื่อสารแบรนด์ (marketing and brand communication)

3.2 การออกแบบสุขภาพ (wellness design) ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ สภาพแวดล้อม (surrounding environment) โครงสร้างพื้นฐานเพื่อสุขภาพ (wellness infrastructure) การออกแบบและตกแต่ง (biophilic design) ห้องพักที่สะดวกสบาย (luxury accommodations) ระบบรักษาความปลอดภัย (access control systems)

3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกสุขภาพ (wellness facilities) ซึ่งประกอบ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ บริการสนับสนุนสุขภาพ (accessible well-being service) โปรแกรมการดูแลสุขภาพ (wellness programs) กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ (wellness activities) การผสมผสานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น (cultural and local integration) ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (organic products) เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ (wellness technology)

3.4 บริการสุขภาพ (wellness service) ซึ่งประกอบ 6 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ฟิตเนสและกิจกรรมออกกำลังกาย (fitness and physical activity) สปาและทรีตเมนต์ (spa and treatment) การแพทย์ทางเลือก (alternative medicines) ศาสตร์ด้านความงาม (aesthetic beauty) อาหารสุขภาพ (healthy and nutritious dining) สุขภาวะจิตและอารมณ์ (mental and emotional well-being)

3.5 กระบวนการให้บริการ (service process) ซึ่งประกอบ 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการ (service procedure) มาตรฐานการบริการ (service standard) มาตรฐานความสะอาดและสุขอนามัย (hygiene and cleanliness protocols) ความปลอดภัยของผู้รับบริการ (health and safety protocols) แผนรับมือกับภาวะฉุกเฉิน (emergency response plans)

3.6 คุณภาพการบริการ (service quality) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของบริการ (appearance) ความน่าเชื่อถือ (reliability) ความเต็มใจให้บริการ (responsiveness) ความมั่นใจในผลลัพธ์ (assurance) การบริการแบบไทย (Thainess hospitality)

3.7 บุคลากร (staff) ซึ่งมีองค์ประกอบย่อย 5 ตัว ได้แก่ คุณวุฒิวิชาชีพ (wellness professional) การให้คำปรึกษา (wellness consultation) การให้บริการเฉพาะบุคคล (personalized service) บุคลิกภาพสุขภาวะดี (well-being personality) ทักษะการให้บริการ (competency)

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยที่ได้ สรุปดังนี้

1. สภาพการณ์ของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทย

โรงแรมเวลเนสมีคุณลักษณะเป็นโรงแรมและรีสอร์ทเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะเพื่อตอบสนองตลาดเฉพาะกลุ่มที่แสวงหาบริการด้านไลฟ์สไตล์การดูแลสุขภาพ และ ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจการท่องเที่ยวและความงามไปสู่ตลาดใหม่ ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งแต่ละโรงแรมจะมีความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ปัจจุบันการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการเป็นโรงแรมเวลเนส อาทิ การออกใบอนุญาตโรงแรมเพื่อสุขภาพที่มีบริการด้านสุขภาพหลายสาขาแบบ one license นั้นยังไม่มี ดังนั้นในการขออนุญาตประกอบกิจการโรงแรมเวลเนสจึงขึ้นอยู่กับลักษณะของบริการสุขภาพเป็นหลัก

สำหรับมาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่เลือกเข้าพักหรือใช้บริการโรงแรมเวลเนส คือ well hotel for well-being เป็นมาตรฐานระดับสากลที่รับรองโดย Global Healthcare Accreditation เพื่อรับรองการให้บริการที่ครบวงจรของโรงแรม รีสอร์ท และสปาที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของ World Wellness Tourism ปัจจุบันในประเทศไทยมีโรงแรมที่ยื่นขอรับรองมาตรฐานโรงแรมเวลเนสเพื่อนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ GHA Well Hotel for Well-Being ในประเทศไทย จำนวน 39 แห่ง แยกไปในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ ภาคใต้จำนวน 13 แห่ง ภาคกลางจำนวน 8 แห่ง ภาคตะวันออกเฉยงเหนือ จำนวน 6 แห่ง และภาคเหนือจำนวน 12 แห่ง แต่มี อ่าวนางปรีณชีวิลล่ารีสอร์ท จังหวัดกระบี่ เพียงแห่งเดียวที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GHA Well Hotel ที่เหลือยังอยู่ในขั้นตอนดำเนินการอบรม และปรับปรุงส่วนต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดเพื่อขอรับรองมาตรฐานการรับรองนี้

2. แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมเวลเนส

โรงแรมเวลเนสเป็นกลุ่มผู้ประกอบการด้านธุรกิจโรงแรมรีสอร์ทประเภทกลุ่มโรงแรมอิสระ (independents hotel) และกลุ่มโรงแรมเครือข่าย (chain hotel) การดำเนินงานต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการโรงแรมเพื่อสุขภาพ การนำเสนอรูปแบบการให้บริการจึงต้องเป็นไปตามพื้นที่โรงแรม/รีสอร์ท ความสามารถรองรับการบริการ และกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพด้านต่าง ๆ ตามกลุ่มเป้าหมายและเอกลักษณ์ของแบรนด์ การบริหารจัดการเป็นการทำงาน 2 หน่วย ได้แก่ 1) หน่วยบริการเชิงสุขภาพ ประกอบไปด้วยกลุ่มผู้บริหาร (ผู้จัดการหน่วยบริการเชิงสุขภาพ ผู้จัดการสปา ผู้จัดการศูนย์สุขภาพองค์รวม) มีบทบาทในการกำหนดแนวปฏิบัติ ทิศทางและแนวทางการให้บริการให้บรรลุตามนโยบายและเป้าหมายการบริการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (นักบำบัด นักกายภาพ พนักงนสปา) มีความรับผิดชอบต่อการจัดการด้านบริการเชิงสุขภาพ และบุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์ พยาบาลวิชาชีพ) เพื่อควบคุมดูแลคุณภาพบริการเพื่อสุขภาพ 2) หน่วยบริหารโรงแรม ประกอบด้วย ผู้จัดการทั่วไป แผนกห้องพักและการจอง แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกต้อนรับ แผนกการเงิน แผนกการตลาด ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการในโรงแรม และในส่วนของหน่วยอาคารสถานที่ (พนักงานซ่อมบำรุง พนักงานทำความสะอาด พนักงานรักษาความปลอดภัย พนักงานแม่บ้าน) มีหน้าที่ดูแลคุณภาพของพื้นที่และอุปกรณ์เพื่อสุขภาพให้อยู่ในความเรียบร้อย สามารถใช้งานได้ดี งานซ่อมบำรุงบริเวณโดยรอบ รักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ให้แก่ผู้ใช้บริการ

3. คุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมในประเทศไทย

การพัฒนาโรงแรมรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ หรือ โรงแรมเวลเนสเพื่อยกระดับการบริการสุขภาพสู่การเป็นรีสอร์ทเพื่อการพักผ่อนสุขภาพที่ดี ในเชิงกายภาพของโรงแรมจะต้องเป็นโรงแรมหรือรีสอร์ทที่ได้มาตรฐานระดับ 4 ดาวขึ้นไป มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีคุณสมบัติในการส่งเสริมสุขภาพ และมีพื้นที่กิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม โดยได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการบริการเพื่อสุขภาพ จากการศึกษา พบองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนส ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 นโยบายการบริหาร (operational management) เป้าหมายประสงค์ของการบริหารจัดการโรงแรมเวลเนสต้องชัดเจนในการให้บริการเชิงสุขภาพควบคู่ไปกับการบริการที่พักอาหาร ด้วยการบูรณาการงานบริการกับแผนกลยุทธ์การดำเนินงานและการตลาดร่วมกันระหว่างงานบริการสุขภาพกับแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม มีการทำความเข้าใจกับหน่วยงานหรือสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอื่น ๆ เพื่อการยกระดับคุณภาพการบริการสุขภาพในระดับ World class Service เจริญนโยบายมีการทำความเข้าใจกับศูนย์สุขภาพ (wellness clinic) โรงพยาบาล และสปา ในการช่วยพัฒนาองค์ความรู้และการบริหารบริการเกี่ยวกับสุขภาพและดูแลบุคลากรทางการแพทย์ ตลอดจนนโยบายด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (environmental sustainability) มุ่งเน้นอนุรักษ์และจัดการทรัพยากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มพลังงานหมุนเวียนหรือกลุ่มที่ความสำคัญต่อการดำรงชีวิต และความยั่งยืนทางสังคม (social sustainability) มุ่งเน้นชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดสรรประโยชน์และเลี่ยงการแสวงหาประโยชน์

องค์ประกอบที่ 2 การออกแบบสุขภาพ (wellness design) การสร้างสภาพแวดล้อมภายในโรงแรมที่มีความกลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ร่วมกับการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีระบบโครงสร้างพื้นฐานทำให้ส่งเสริมความผ่อนคลาย สร้างบรรยากาศให้เอื้ออำนวยต่อการดูแลสุขภาพ มีการวางจัดวางตำแหน่งพื้นที่กิจกรรมเพื่อสุขภาพแยกจากพื้นที่ส่วนกลางทั่วไป รวมถึงแยกออกจากพื้นที่อาคารที่พักทำให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึง และสร้างความเป็นส่วนตัว มีการจัดสรรพื้นที่ห้องพักและการตกแต่งที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้เข้าพักสร้างบรรยากาศการนอนที่มีประสิทธิภาพ คำนึงถึงหลักความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกสุขภาพ (wellness facilities) ที่ได้จัดเตรียมไว้บริการผู้เข้าพักเพื่อความสะดวกสบายตามมาตรฐานโรงแรม เช่น ห้องอาหาร ฟิตเนส สระว่ายน้ำ พื้นที่พักผ่อนกลางแจ้งและกิจกรรมด้านความงาม การปรับสมดุลร่างกายและจิตใจ ไปจนถึงอาหารเพื่อสุขภาพ เทคโนโลยีการดูแลสุขภาพเพื่อใช้ในการประเมินความต้องการด้านสุขภาพแล้วกำหนดโปรแกรมเพื่อสุขภาพส่วนบุคคลให้เหมาะสมกับผู้ใช้บริการแต่ละบุคคล คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้และความสามารถในการพยากรณ์หรือภูมิปัญญาการดูแลสุขภาพท้องถิ่นเพื่อเป็นจุดเด่นสำคัญให้กับกิจกรรมเพื่อสุขภาพ

องค์ประกอบที่ 4 กระบวนการให้บริการ (service process) โรงแรมเวลเนสมีการส่งมอบบริการตามเส้นทางรับบริการที่แตกต่างจากโรงแรมทั่วไป ตั้งแต่ขั้นตอนการรับจอง ต้อนรับ ขั้นตอนให้บริการด้วยการดูแลสุขภาพแบบเฉพาะบุคคล (personalization) และการให้บริการด้านสุขภาพแบบองค์รวม (holistic wellness) เพราะกลุ่มผู้เข้าพักแต่ละคนมีพื้นฐานสุขภาพ ความต้องการ และไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน ไปจนถึงกระบวนการทำความสะอาดเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ และการควบคุมดูแลความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ใช้บริการ

องค์ประกอบที่ 5 บริการสุขภาพ (wellness service) การบริการด้านสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งทรีตเมนต์และกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อนำพาผู้เข้าพักบรรลุเป้าหมายด้านสุขภาพให้ได้มากที่สุด โดยการปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตด้วยบริการ 6 ประเภท ได้แก่ โภชนาการ การออกกำลังกาย กายภาพบำบัด สปา แพทย์ทางเลือก และความงาม

องค์ประกอบที่ 6 คุณภาพการบริการ (service quality) ผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาและแนะนำโปรแกรมปรณิบัติสุขภาพที่มีความเฉพาะศาสตร์ มาตรฐานการบริการอันเป็นเอกลักษณ์ “บริการแบบใจไทย” การส่งมอบบริการที่จริงใจ นุ่มนวลแบบไทย โดยเฉพาะการให้บริการด้านเวลเนสที่ต้องอาศัยทั้งทักษะและความรู้เฉพาะทางในการดูแลสุขภาพผู้เข้าพัก

องค์ประกอบที่ 7 บุคลากร (staff) ทักษะบุคลากรจึงเป็นเรื่องสำคัญ ไม่เพียงมีความรู้และทักษะที่เชี่ยวชาญ ยังต้องปฏิบัติตนเองตามวิถีwelnessและมีความเข้าใจเรื่องการดูแลสุขภาพด้วยเช่นกัน จึงจะสามารถส่งมอบบริการเพื่อสุขภาพที่มีมาตรฐานแก่ผู้เข้าพักได้

จากข้อค้นพบของการวิจัย พบว่า คุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมwelเนสในบริบทของประเทศไทยมีความแตกต่างและโดดเด่นจากการศึกษาที่ผ่านมาหลายประการ ดังนี้

ประการแรก โรงแรมเวลเนสในประเทศไทยมีการผสมผสานวัฒนธรรมไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดเรื่องการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม (holistic wellness) ทำให้เกิดเป็นองค์ประกอบเฉพาะที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย ตัวอย่างเช่น การนำศาสตร์ด้านการนวดไทย สปาไทย สมุนไพรไทย และอาหารเพื่อสุขภาพตามตำรับไทย มาเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการเพื่อการดูแลสุขภาพแบบครบวงจร ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาในต่างประเทศที่มักเน้นเรื่องเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ในการออกแบบบริการเพื่อสุขภาพเป็นหลัก (Smith et al., 2010)

ประการที่สอง โรงแรมเวลเนสในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพในระดับชุมชนและสังคมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำแนวคิดการกระจายเศรษฐกิจสู่ชุมชนและการพัฒนาที่ยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ เช่น การจ้างงานคนในท้องถิ่น การใช้วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์จากชุมชน รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนแล้วยังก่อให้เกิดความสามัคคีและความเข้มแข็งของสังคมโดยรวมด้วย ในขณะที่งานวิจัยต่างประเทศยังให้น้ำหนักกับประเด็นเหล่านี้ค่อนข้างน้อย (Abaeian et al., 2019)

ประการที่สาม องค์ประกอบของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทยให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและความยั่งยืนเชิงนิเวศวิทยาในระดับที่สูงกว่าโรงแรมเวลเนสในต่างประเทศ เห็นได้จากการเน้นใช้วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานหมุนเวียน การจัดการขยะและของเสีย ตลอดจนการออกแบบสถาปัตยกรรมที่กลมกลืนกับธรรมชาติ ยกตัวอย่างเช่น การใช้หลังคาเขียว ผนังเขียว และสวนแนวตั้ง เป็นต้น ซึ่งการศึกษาของ Chi et al. (2020) ในบริบทประเทศตะวันตกยังไม่พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นเหล่านี้มากนัก

โดยสรุป การศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าแม้จะมีองค์ประกอบหลักที่คล้ายคลึงกันกับโรงแรมเวลเนสในต่างประเทศ แต่ก็มีมีความโดดเด่นและแตกต่างในรายละเอียดที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และบริบททางสังคมวัฒนธรรมของไทยอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งเสริมสุขภาพระดับชุมชนสังคม และความใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งล้วนเป็นจุดแข็งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับโรงแรมเวลเนสไทย และน่าจะเป็นแนวทางให้กับธุรกิจโรงแรมไทยในการพัฒนาบริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมต่อไปในอนาคต อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดด้านขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่มาก จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในวงกว้างเพื่อให้เกิดความเข้าใจองค์ประกอบและคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสไทยที่ครอบคลุมและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยองค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสในประเทศไทยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้โดยที่เกี่ยวข้องภาคเอกชนสถานประกอบการกลุ่มธุรกิจที่พักเพื่อสุขภาพ กลุ่มธุรกิจสปาและสปาสุขภาพ กลุ่มธุรกิจเมดิคัลรีทรีท สามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสุขภาพสำหรับการพัฒนาคุณภาพบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเฉพาะได้อย่างชัดเจนมากขึ้น รวมทั้งออกแบบโปรแกรมหรือกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์เชิงสุขภาพที่มีประสิทธิภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยคุณภาพในงานวิจัยครั้งนี้ ควรดำเนินการจัดสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการโรงแรมเพื่อสุขภาพ พิจารณาให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอีกครั้งหนึ่ง เพื่อหาข้อสรุปร่วมกันและตรวจสอบความสมบูรณ์ในผลการวิเคราะห์และให้แน่ใจว่าองค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสจะเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้
2. งานวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ เป็นการวิจัยกลุ่มตัวอย่างจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมเวลเนสเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเก็บข้อมูลกายภาพเพิ่มเติม
3. งานวิจัยครั้งนี้ไม่ได้มีศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย งานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อพัฒนาองค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมเวลเนสให้ตอบสนองความคาดหวังที่แท้จริง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. กระทรวงสาธารณสุข (2564). เกณฑ์การประเมินศูนย์เวลเนส. นิตยสารออนไลน์ เพื่อสุขภาพดี มีความสุข, 2(5). สืบค้น จาก
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2560). บริการแบบ Health Resort. สืบค้น 12 กันยายน 2565, จาก <https://www.thailandmedicalhub.net>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557). การจัดการบริการสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). โครงการพัฒนารูปแบบทางธุรกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย. รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2560). แนวทางการดำเนินงานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ. เจเนซิส มีเดียคอม จำกัด
- กานดา อีรานนท์. (2561). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 12, 22-34.
- มานิตา ผิวจันทร์ และอนัญญา รัตนประเสริฐ (2562). แนวโน้มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ. งานประชุมวิชาการระดับชาติด้านการท่องเที่ยวกับมนุษยศาสตร์ ครั้งที่ 1.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2559). พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. ๒๕๕๙. สืบค้น จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2559/A/030/10.PDF>
- วิภาดา คุณาวิฑิตกุล และคณะ. (2563). โครงการ การบริหารจัดการแผนงานการเตรียมความพร้อมประเทศไทยเชิงรุกให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพ.
- ณัฐนันท์ นามชาย (2565). แนวทางการพัฒนารีสอร์ทเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อยกระดับสู่การเป็นเมืองจุดหมายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก. [วิทยานิพนธ์ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภาษาอังกฤษ

- Abaeian, V., Khong, K. W., Yeoh, K. K., & McCabe, S. (2019). Motivations of undertaking CSR initiatives by independent hotels: A holistic approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2468-2487. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2018-0561>
- Chang, K. C., 2016. Effect of servicescape on customer behavioral intentions: moderating roles of service climate and employee engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 116-128
- Chen, J. S. (2007). Wellness tourism measuring consumers' quality of life. In J. S. Chen, T. Gherissi-Labben, & A. Mungall (Eds.). Proceedings of the first hospitality and leisure: Business advances and applied research conference (pp. 32–38). Ecole hôtelière de Lausanne and Indiana University.
- Chen, K.H., Chang, F.H. and Wu, C. (2013), "Investigating the wellness tourism factors in hot spring hotel customer service", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1092-1114
- Chi, C. G., Chi, O. H., & Ouyang, Z. (2020). Wellness hotel: Conceptualization, scale development, and validation. *International Journal of Hospitality Management*, 89, Article 102404. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102404>
- GW. (2022, February). The global wellness economy: Country rankings. Retrieved September 12, 2022, from <https://globalwellnessinstitute.org>
- Smith, M., Deery, M., & Puzko, L. (2010). The role of health, wellness and tourism for destination development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 94-95. <https://doi.org/10.1375/jhtm.17.1.94>