

๕๖1๑๑๖๒

รหัสโครงการ 1496301



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
เรื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการ
แข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว
WELLNESS TOURISM DEVELOPMENT FOR STRENGTHENING
ABOUT COMPETITIVE ADVANTAGE WITH HIGH VALUE
SERVICES IN SA KAEO PROVINCE

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรักษ์ สวนชุมผล
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

รายงานวิจัยฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนจาก
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
งบประมาณแผ่นดิน โดยผ่านสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ปีงบประมาณ 2563

ครุภัณฑ์ทางการ ๑๑๖/๖๔

จาก

สถาบันวิจัยและพัฒนา มจร.วไลยอลงกรณ์

หัวข้อวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน
ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว
ชื่อผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรักษ์ สวนชุมพล
หน่วยงาน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
ปีงบประมาณ 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว 2 เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว และ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยมีการเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 17 คน ที่ทำการเลือกแบบเจาะจงและแบบกึ่งสุ่ม และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 370 คน ที่ทำการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์จำนวน 3 ฉบับ ที่มีค่าความสอดคล้องที่ 0.97, 0.93 และ 0.93 ร่วมกับแบบสอบถามที่มีค่าความสอดคล้องที่ 0.90 และมีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.88 โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า

1 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว พบว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของจังหวัดสระแก้วนั้นมีหลายประการ เช่น การมีโรงพยาบาลที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่อง การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยังไม่ชัดเจน นักท่องเที่ยวได้มีการให้ความสำคัญของการรักษาสุขภาพมากขึ้น และสภาพเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดีทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ซึ่งสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคตนั้นก็ยังมีหลายประการ ไม่ว่าจะเป็น การมีแผนหรือแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่ชัดเจน และการส่งเสริมแพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือก โดยแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย โรงพยาบาลวังน้ำเย็น โครงการทัพบกสยาม 05 อุทยานแห่งชาติปางสีดา โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานคร รอยยิ้มบ้านดิน และบ้านคลองอาราง

2 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว พบว่า จังหวัดสระแก้วควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามรายละเอียดของการวางแผนธุรกิจ ห่วงโซ่แห่งคุณค่า การตลาดแบบดิจิทัล และหลักเส้นทางของผู้บริโภค ที่ให้ความสำคัญกับมิติที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการอย่างครบถ้วน

3 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วมีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปสู่การปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.57) สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

Research Title Wellness tourism development for strengthening about competitive advantage with high value services in Sa Kaeo province
Author Asst. Prof. Dr. Amonlux Shouchupon
Faculty College of innovative Management
Budget Year 2020

Abstract

The purposes of the research were: 1 To study wellness tourism potential in Sa Kaeo Province. 2 To study wellness tourism guidelines for strengthening about competitive advantage with high value services in Sa Kaeo province. and 3 To develop the wellness tourism model for strengthening about competitive advantage with high value services in Sa kaeo Province. Data was collected from 17 people which purposive sampling and snowball sampling. And sample of 370 people which purposive sampling. The research instrumens were interview form 3 pieces with the item objective congruence was 0.97, 0.93 and 0.93. Together with questionnaire with the item objective congruence was 0.90 and reliability was 0.88. Using data analysis with content analysis and statistics were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The research findings were:

1 Wellness tourism potential in Sa Kaeo province was found that strengths, weaknesses, opportunities and threats in Sa Kaeo province such as having a hospital about thai traditional and alternative medicine, there are no guidelines about wellness tourism management, tourists was a interest about health care, and the economic slowdown resulted in fewer tourists. things that promote wellness tourism potential with integrated and strong in the future include development of wellness tourism guidelines in Sa Kaeo province, and promot of thai traditional. which wellness tourism attractions in Sa Kaeo province include Wang Nam Yen Hospital, Tubtim Siam 05 Project, Pang Sida National Park, Watthana Nakhon Hospital, Roy Yim Ban Din, Ban Khlong Arang.

2 Wellness tourism guidelines for strengthening about competitive advantage with high value services in Sa Kaeo province was found that should be a development of wellness tourism to the details of business plan of business model canvas, value chain model, digital marketing, and customer journey with complete management details.

3 The wellness tourism model for strengthening about competitive advantage with high value services in Sa Kaeo province are suitable/possibility to implement Was at a high level ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.57), higher than the specified criteria.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วทุกท่าน ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัยจนได้เครื่องมือที่มีคุณภาพและมีส่วนร่วมให้งานวิจัยชิ้นนี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ไปด้วยดี

สุดท้าย ขอขอบคุณทุนสนับสนุนงานวิจัย (ทุน วช.) จากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีงบประมาณ 2563 ที่มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีมาไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรักษ์ สอนชูผล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(9)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	8
2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	9
2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	11
2.1.3 หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	13
2.1.4 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	15
2.1.5 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	16
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	21
2.2.1 หลักการของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	21
2.2.2 รูปแบบของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	23
2.2.3 กลยุทธ์ของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	24
2.2.4 องค์ประกอบของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน.....	26
2.2.5 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับแผนธุรกิจ.....	27
2.2.6 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับห่วงโซ่มูลค่า.....	30
2.2.7 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับการตลาดดิจิทัล.....	35
2.2.8 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับเส้นทางของผู้บริโภค.....	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(ต่อ)	39
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	39
2.3.1 ความหมายของคุณภาพการบริการ	40
2.3.2 การประเมินคุณภาพของการบริการ	41
2.3.3 คุณภาพการบริการกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	44
2.4 บริบทของจังหวัดสระแก้ว	47
2.4.1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	47
2.4.2 ศักยภาพและสถานะแวดล้อมทางการท่องเที่ยว	48
2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	61
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	62
3.1 การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว.....	62
3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	62
3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	63
3.1.3 เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	63
3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
3.2 การศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูง ของจังหวัดสระแก้ว.....	64
3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	64
3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
3.2.3 เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	65
3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
3.3 การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูง ของจังหวัดสระแก้ว.....	66
3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	66
3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
3.3.3 เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	67
3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	70

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	72
4.1 ผลการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของจังหวัดสระแก้ว.....	72
4.2 ผลการศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว	84
4.3 ผลการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว	103
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	111
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	112
5.2 อภิปรายผล.....	117
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	120
บรรณานุกรม	122
ภาคผนวก.....	129
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย.....	130
ภาคผนวก ข แบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ.....	132
ภาคผนวก ค เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประสานงาน.....	138
ภาคผนวก ง ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ.....	150
ภาคผนวก จ ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	155
ภาคผนวก ฉ เครื่องมือการวิจัย.....	157
ภาคผนวก ช ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยว	170
ภาคผนวก ซ ผู้ให้ข้อมูลหลัก	174
ประวัติผู้วิจัย	176

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ข้อมูลส่วนบุคคล.....	107
2 ความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติของรูปแบบการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการ มูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว	107

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	61
2 ศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค)	75
3 สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต	78
4 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	81
5 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว	82
6 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วตามหลักการวางแผนธุรกิจ ด้วยแนวคิดของ Business Model Canvas	87
7 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วตามหลักห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model)	91
8 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วตามหลักการตลาด แบบดิจิทัล (Digital Marketing)	94
9 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วตามหลักเส้นทาง ของผู้บริโภค (Customer's Journey)	97
10 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว	99
11 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว.....	104

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติจะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ (สำนักงานเลขาธิการของ คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) ซึ่งรัฐบาลได้มีการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจภาคบริการที่มีศักยภาพการเติบโตและมีส่วนสนับสนุนภาคการผลิตให้มีประสิทธิภาพ การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกโดยมุ่งเน้นตลาดเป้าหมาย ทั้งตลาดศักยภาพและลงทุนตลาดใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) โดยการรวมกลุ่มเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น ทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวได้รับการจัดว่าเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลที่พยายามผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพแห่งเอเชีย (medical hub of asia) ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาแผนงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) ในประเทศไทยมีความได้เปรียบในการบริการด้านสุขภาพเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับในการบริการด้านสุขภาพจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) จากข้อมูลของ Global Wellness Economy Monitor (Global Wellness Institute, 2017) พบว่า มูลค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกในปี พ.ศ. 2556 มีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับโครงสร้างประชากรสูงวัยที่มีมากขึ้น ประกอบกับการเกิดโรคจากการทำงาน ความเครียดจากรูปแบบการดำรงชีวิต ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยส่งผลให้ผู้คนหันมาใส่ใจด้านการรักษาสุขภาพเชิงป้องกันมากขึ้น รวมทั้งประชากรในประเทศกำลังพัฒนามีฐานะดีขึ้นทำให้เศรษฐกิจเชิงสุขภาพ (Wellness Economy) นั้นมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยพบว่ามีขนาดประมาณ 3.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อันมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่ประกอบด้วยสปา น้ำพุร้อน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และบริการเชิงสุขภาพอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพให้แข็งแรง อาทิเช่น ธุรกิจส่งเสริมความงามและการชะลอวัย (Beauty & Anti-Aging) รวมถึงการออกกำลังกายเพื่อดูแลรักษาร่างกาย (Fitness & Mind-Body) เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยส่วนหนึ่งมาจากการนำภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นแบบดั้งเดิมมาเป็นส่วนหนึ่งในการบริการทางสุขภาพหรือรูปแบบแพทย์ไทยที่มีการใช้สมุนไพรไทย การนวดเพื่อบำบัดรักษามาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการบริการทางสุขภาพเพื่อให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ฤกษ์ดีตัดคน การฟื้นฟูจิตใจ และร่างกายควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพองค์รวม ตลอดจนการล้างพิษและการดูแลสุขภาพการกินตามธาตุเจ้าเรือนหรือการบริการเชิงสุขภาพอื่นๆของประเทศไทยนั้นมีความหลากหลายและมีความโดดเด่นเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกปัจจัยที่กล่าวมานั้นส่งผลให้การบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยมีบริบทเฉพาะตัวตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุกระดับนับตั้งแต่ผู้ใช้บริการระดับคุณภาพ ที่มีกำลังซื้อสูง (High-End) จนถึงผู้ใช้บริการในระดับทั่วไป ซึ่งจะรวมเอากิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเหล่านี้เข้าไว้ในโปรแกรม การนำเที่ยวหรืออาจเป็นการบริการเสริมของที่พัก อาทิเช่น สปา รีสอร์ทเพื่อสุขภาพต่างๆ เป็นต้น โดยในขณะที่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อการดูแลสุขภาพเป็นหลักนั้นยังไม่นิยมแพร่หลาย ซึ่งส่วนใหญ่จะผนวกกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นเข้าด้วยกันแต่มีการดูแลสุขภาพไปด้วย อาทิ ทัวร์แพทย์แผนไทย ทัวร์อาหารสมุนไพรและทัวร์เกษตรธรรมชาติทัวร์สมุนไพรชนบท ทัวร์น้ำพุร้อน และอาบน้ำแร่ ทัวร์ฝึกสมาธิปฏิบัติธรรม เป็นต้น (กานดา ธีรานนท์, 2561)

จังหวัดสระแก้วได้มีการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพแหล่งการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสุขภาพ และวัฒนธรรมของจังหวัด ซึ่งสำนักงานจังหวัดสระแก้ว (2559) ได้มีการศึกษาและจัดทำเป็นแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว (พ.ศ.2561 – 2564) พอสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นหนึ่งประเด็นสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดสระแก้ว เนื่องจากทางจังหวัดสระแก้วนั้นมีปัจจัยเกื้อหนุนและความพร้อมหลายด้าน อาทิเช่น การมีโรงพยาบาลวัฒนานครซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้นคว้าและวิจัยด้านการแพทย์แผนไทย, การมีโรงพยาบาลวังน้ำเย็นที่เป็นโรงพยาบาลต้นแบบทางด้านการบำรุงสุขภาพด้วยสมุนไพร การบริการนวดประคบและอบสมุนไพร และการจำหน่ายยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เช่น ยาสระผม ยาหม่อง น้ำมัน ขาสมุนไพร, การมีผู้ประกอบการจิตอาสาจำนวนมาก, การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, การมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เสริมสร้างการมีสุขภาพที่ดี และการมียุทธศาสตร์จังหวัดในการกำหนดตำแหน่งทางการพัฒนาที่ส่งเสริมการเป็นเมืองเกษตรปลอดภัย ซึ่งล้วนแต่สนับสนุนการท่องเที่ยวในด้านฟื้นฟูสุขภาพและการแพทย์แผนไทยได้เป็นอย่างดี จากการศึกษารวบรวมข้อมูลในมิติต่างๆ ร่วมกับการเข้าพบเพื่อหารือกับนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว และท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2563 พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้สามารถเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่เชื่อมโยงโครงการยุทธศาสตร์สระแก้วเมืองแห่งความสุขภายใต้ 4 ดีวิถีพอเพียง ที่เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนเป็นคนดี สุขภาพดี รายได้ดี และสิ่งแวดล้อมดีได้เป็นอย่างดี ซึ่งปัญหา คือ การขาดการเชื่อมโยงทรัพยากรที่มีอยู่ให้ต่อยอดในเชิงการท่องเที่ยว เช่น โรงพยาบาลวังน้ำเย็น โครงการทัพบกสยาม 05 อุทยานแห่งชาติปางสีดา อีกทั้ง ยังไม่มีการศึกษาและแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่ชัดเจนอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการดำเนินงานของ

ผู้เกี่ยวข้อง เนื่องจาก ผู้เกี่ยวข้องยังไม่มีรายละเอียดและกระบวนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชัดเจน ทั้งนี้ หากมีการดำเนินงานก็อาจทำให้เกิดความล้มเหลว การสิ้นเปลืองทรัพยากร และความสับสนในการดำเนินการได้ ซึ่ง โกลด์ จันท์สมคอย (2562) ได้อธิบายว่า การปราศจากการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ ขาดความยืดหยุ่น ไม่สอดคล้องกับบริบทและสภาพการณ์ปัจจุบันและศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่อย่างแท้จริง ตลอดจนไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนก็จะทำให้การวางแผนนั้น จะทำให้ขาดประสิทธิภาพ ขาดความร่วมมือและการบูรณาการร่วมกัน และการผลักดันให้แผนที่วางไว้บรรลุไปสู่เป้าหมายได้ย่อมเป็นเรื่องยาก ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาในการพัฒนาจังหวัดสระแก้วและสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการแก่สังคมและประเทศชาติอย่างเป็นระบบต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

1.2.3 เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วด้วยแนวคิดการวางแผนธุรกิจ ห่วงโซ่แห่งคุณค่า การตลาดแบบดิจิทัล และหลักเส้นทางของผู้บริโภค

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มที่ 1 ในขั้นตอนของการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว การศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(stakeholders) เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยว จำนวน 17 คน เนื่องจากจำนวนนี้จะมีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดและไม่ควรมีมากเกินไป เพราะอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการติดตามคำตอบ และอาจได้บุคคลที่ไม่เชี่ยวชาญในประเด็นเรื่องที่ได้ศึกษาตาม

แนวคิดของบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2554) โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบก้อนหิมะ (snowball sampling) ควบคู่กัน ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

- 1 มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว
- 2 มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัด

สระแก้ว

- 3 มีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัด

สระแก้ว

กลุ่มที่ 2 ในขั้นตอนของการตรวจสอบความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติของร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว จำนวน 370 คน ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาแน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณสูตรหาจำนวนขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบ จำนวนประชากรของ Cochran (1977) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = p(1-p)z^2$$

โดย n = จำนวนขนาดตัวอย่าง

P = ค่าสัดส่วนที่ต้องการสุ่ม (กำหนดเท่ากับ 0.40)

Z = ค่าคะแนนมาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

(= 1.96 เมื่อกำหนดค่าความเชื่อมั่นในการทดสอบ คือ 95%)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (= 0.05 หรือ 5%)

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณได้ ดังนี้

$$n = 0.40(1-0.40)(1.96)^2$$

$$n = 368.79$$

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 370 คน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย อาทิเช่น มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดสระแก้ว และมีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว โดยสามารถอุทิศเวลาให้กับการตอบคำถามได้ตลอดระยะเวลาที่ ดำเนินการวิจัยด้วยความสมัครใจ

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลา 12 เดือน หลังจากได้รับอนุมัติโครงการ

1.4 สมมติฐานการวิจัย

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติในระดับมาก

1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1.5.1 การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว หมายถึง การสร้างกระบวนการเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวชมสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อการดูแล การบำบัด การเรียนรู้วิถีชีวิต การพักผ่อนหย่อนใจ และทำกิจกรรมส่งเสริมหรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว ซึ่งผ่านการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ด้านความพร้อมหรือสิ่งที่เอื้ออำนวยเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค สิ่งที่ช่วยส่งเสริม และแหล่งท่องเที่ยว รวมถึง การออกแบบตามแนวคิดของการวางแผนธุรกิจ ห่วงโซ่แห่งคุณค่า การตลาดแบบดิจิทัล และหลักเส้นทางของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ

1.5.2 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว หมายถึง ความพร้อมหรือสิ่งที่เอื้ออำนวยที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริม และแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวชมสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อการดูแล การบำบัด การเรียนรู้วิถีชีวิต และการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

1.5.3 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว หมายถึง แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบการเดินทางท่องเที่ยวชมสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อการดูแล การบำบัด การเรียนรู้วิถีชีวิต และการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/ หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว ตามแนวคิดของการวางแผนธุรกิจ ห่วงโซ่แห่งคุณค่า การตลาดแบบดิจิทัล และหลักเส้นทางของผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละแนวคิด ดังนี้

1.5.3.1 การวางแผนธุรกิจ หมายถึง หมายถึง เครื่องมือทางความคิดที่แสดงถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวกับการดำเนินการขององค์กรตามแนวคิดของ business model canvas ซึ่งประกอบด้วย คุณค่าของสินค้า/บริการที่นำเสนอ กลุ่มลูกค้าหลัก สายสัมพันธ์ลูกค้า ช่องทางการเข้าถึง รูปแบบรายได้ ทรัพยากรที่มี กิจกรรมหลักที่ทำ หุ้นส่วนหลัก และโครงสร้างต้นทุน

1.5.3.2 ห่วงโซ่แห่งคุณค่า หมายถึง กิจกรรมการทำงานที่ส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้าอย่างเป็นระบบ สอดคล้อง และครบถ้วน โดยออกเป็นกิจกรรมใน 2 ลักษณะ คือ 1) กิจกรรมหลักที่ประกอบด้วย การนำเข้าและจัดเก็บวัตถุดิบ การดำเนินงานเพื่อแปรรูปสินค้า การจัดส่งและการบริการคลังสินค้า การตลาดและการขายสินค้า และการบริการ 2) กิจกรรมสนับสนุนที่ประกอบด้วย การ

จัดหา/จัดซื้อ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรบุคคล การบริหารโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร

1.5.3.3 การตลาดแบบดิจิทัล หมายถึง กระบวนการของการสื่อสารคุณค่าของสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้าเพื่อให้เกิดการซื้อขายผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วย เว็บไซต์ การตลาดเชิงเนื้อหา จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หน้าแรก และสื่อสังคม

1.5.3.4 หลักเส้นทางของผู้บริโภค หมายถึง แนวทางหรือเส้นทางของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับสินค้าหรือบริการ ตั้งแต่ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และ หลังการซื้อ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ การประเมินทางเลือก ความชื่นชอบ การซื้อ ความจงรักภักดี และการบอกต่อ

1.5.4 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวชมสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อการดูแล การบำบัด การเรียนรู้วิถีชีวิต และการพักผ่อนหย่อนใจของจังหวัดสระแก้ว โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมหรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและการมีการรับคำปรึกษาแนะนำด้านการดูแลสุขภาพกายและจิตใจ มีการแนะนำการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด การประคบสมุนไพร การตรวจร่างกาย และการรักษาพยาบาลและอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งผ่านการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ด้านความพร้อมหรือสิ่งที่มีเอื้ออำนวยเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค สิ่งที่ช่วยส่งเสริม และแหล่งท่องเที่ยว รวมถึง การออกแบบตามแนวคิดของการวางแผนธุรกิจ ท่วงท่าแห่งคุณค่า การตลาดแบบดิจิทัล และหลักเส้นทางของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ

1.5.5 จังหวัดสระแก้ว หมายถึง หน่วยการปกครองส่วนภูมิภาคที่อยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยมีอาณาเขตทิศเหนือติดกับจังหวัดบุรีรัมย์และนครราชสีมา ทิศใต้ติดกับจังหวัดฉะเชิงเทราและจันทบุรี ทิศตะวันออกติดกับประเทศกัมพูชา และทิศตะวันตกติดกับจังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งเขตพื้นที่ความรับผิดชอบ 9 อำเภอ ได้แก่ อำเภอสระแก้ว อำเภอลองหาด อำเภอตาพระยา อำเภอวังน้ำเย็น อำเภอวัฒนานคร อำเภออรัญประเทศ อำเภอเขาฉกรรจ์ อำเภอโคกสูง และอำเภอวังสมบูรณ์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้ทราบเกี่ยวกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือเชื่อมโยงเชิงการพัฒนาในด้านสังคมและด้านอื่นๆของจังหวัดสระแก้วหรือผู้ที่สนใจ

1.6.2 ได้ทราบเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือเชื่อมโยงเชิงการพัฒนาในด้านสังคมและด้านอื่นๆของจังหวัดสระแก้วหรือผู้ที่สนใจ

1.6.3 ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการ
เพิ่มการบริการมูลค่าสูงที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาด้านสังคมและด้านอื่นๆของจังหวัด
สระแก้วหรือผู้ที่สนใจ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบการวิจัยตลอดจนแนวทางในการสรุปและอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ โดยได้จัดเรียงเป็นหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.4 บริบทของจังหวัดสระแก้ว
- 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมายเพื่อบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพและส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม (ราณี อธิชัยกุล, 2557) โดย erfurt-cooper, p. and m. cooper (2009) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นมีจุดกำเนิดแรกคือ สปา (spa) มาจากภาษาละตินว่า “sanus per aquam” หรือ sanitas per aquas แปลว่าสุขภาพจากสายน้ำ การบำบัดด้วยน้ำ การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำ ซึ่งเริ่มต้นในสมัยอาณาจักรโรมัน (roman empire) กิจการของสปาในสมัยนั้น มีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งบำบัดโรคโดยใช้น้ำ มีคนเจ็บป่วยจำนวนมากจะเดินทางไปรักษาตัวโดย การอาบน้ำแร่ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงตลอดสมัยกลาง (middle age) ก็ยังมีความนิยมอาบน้ำแร่กันอยู่อย่างสม่ำเสมอในเชิงของการรักษาพยาบาล ต่อมาในราวศตวรรษที่ 16 แนวความคิดในเรื่องสปาเปลี่ยนแปลงไป คือ นักเดินทางทั้งหลายเริ่ม มีความคิดว่า สปาน่าจะเป็นแหล่งพักผ่อนได้ประกอบกับการพัฒนาการขนส่งในสมัยนั้น ที่สามารถประดิษฐ์คิดค้น stage coach ได้จึงทำให้สปาที่เคย ให้บริการในลักษณะการรักษาโรคกลายเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ (relaxation) ปรากฏว่าใน ระยะแรกที่สปาจะเริ่มเปลี่ยนไปเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจนั้นคนที่มาใช้บริการมักจะเป็นคนที่มีฐานะ ความเป็นอยู่ดีเท่านั้น แต่เมื่อตลาดที่เป็นลูกค้าระดับสูงแคบลงรายได้จึงจำกัดเฉพาะสำหรับลูกค้าฐานะดีเหล่านี้เท่านั้น ถ้าเป็นไปในทำนองนี้ตลอดไปธุรกิจก็จะอยู่ไม่ได้จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงแหล่งอาบน้ำให้เป็นที่พักอาศัยแบบรีสอร์ทหวนคืนกันไป โดย Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports (2016) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิง

การแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศฯ เนื่องจากในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้มีจุดประสงค์การท่องเที่ยวเพียงรูปแบบเดียว ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ กระตุ้นประสบการณ์และคุณค่าจากการท่องเที่ยว (Value Proposition) ได้เป็นอย่างดี ประเทศไทยก็ได้มีการนำวิถีความเป็นไทยและภูมิปัญญาตามแนวทางและศาสตร์ในการดูแลสุขภาพดั้งเดิมมาเป็นส่วนหนึ่งในการบริการทางสุขภาพทำให้การบริการของไทยมีความหลากหลายและโดดเด่นจนเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกแนวทางการดูแลสุขภาพองค์รวม การนวดแผนไทย ฤๅษีดัดตน การฟื้นฟูจิตใจและร่างกาย รวมไปถึงการล้างพิษและการดูแลสุขภาพการกินตามธาตุเจ้าเรือนซึ่งมีการรองรับผู้บริการหลายระดับตั้งแต่ระดับที่พร้อมจ่ายจนถึงระดับผู้ใช้บริการทั่วไป โดยส่วนใหญ่แล้วกิจกรรมการดูแลสุขภาพจะผนวกไปกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นๆซึ่งอาจจะเป็นแพคเกจทัวร์หรือการบริการเสริมของที่พัก เช่น สปา รีสอร์ท ทัวร์แพทย์แผนไทย ทัวร์อาหารสมุนไพร ทัวร์เกษตรธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไว้ดังนี้

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ได้มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ดังนี้

ดารีกา เยือกเย็น (2554) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทาง เพื่อชมสถานที่สวยงามทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจด้วย การแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ

เฉลิมลักษณ์ คุปคิตพันธ์ (2561) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยว ที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และ/หรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม

ธนนันท์ วัชรธร (2560) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีไทยแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและการออกกำลังกาย โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนหรือนอกที่พักผ่อนอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง

สุชาดา คำชนะ (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึงการเยี่ยมชม สถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งยังเป็นการดูแลสุขภาพกายและ สุขภาพใจให้แข็งแรง เช่น การไปเที่ยวชมธรรมชาติก็เป็นการออกกำลังกายและหลังจากนั้นก็ไป นวด อบประคบสมุนไพร หรือตลอดจนการตรวจรักษาสุขภาพและการรักษาพยาบาลด้านอื่น ๆ ทั้งนี้ยังเป็นกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ที่เราไปท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด อบ ประคบ สมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจน การตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่น ๆ โดยเป็น การท่องเที่ยว ที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพและหรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษา และฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากร ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบด้วย การท่องเที่ยวสุขภาพ ธรรมชาติ การท่องเที่ยวสุขภาพทางวัฒนธรรม รวมถึงการปรับสมดุลของอาหาร การปรนนิบัติ เพื่อเพิ่มพูน พละกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ขจัดความเครียด และปรับ ความสมดุลให้แก่ร่างกาย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและ วัฒนธรรม ตลอดจนเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อน โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อ ทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ กิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ

วรรณภา วงษ์วานิช (2546) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรงจิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

อารัญ บุญชัย และจินนา ตันศราววิพุธ (2546) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่สวยสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรม ส่งเสริมสุขภาพและ หรือการบำบัดฟื้นฟูสุขภาพ

muller and kaufmann (2001) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง ผลรวมของความสัมพันธ์และปรากฏการณ์ที่เกิดจากการเดินทางออกจากที่อยู่อาศัย โดยมีแรงจูงใจหลัก คือการรักษาหรือการส่งเสริมสุขภาพ โดยเข้าพักในโรงแรมเฉพาะด้านให้ มีอาชีพที่มีความรู้ที่เหมาะสมให้การดูแลแต่ละบุคคล โดยนักท่องเที่ยวต้องได้ใช้แพ็คเกจการ บริการที่ครอบคลุม ซึ่งประกอบด้วย สมรรถภาพทางกาย การดูแลสุขภาพงาม โภชนาการเพื่อสุขภาพ อาหารลดน้ำหนัก การผ่อนคลาย การทำสมาธิและจิตใจ และกิจกรรมให้ความรู้

hall, c. m. (1992) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การอยู่ห่างจากบ้าน โดยมีสุขภาพเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ และเป็นการกระทำในรูปแบบของการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งมี 5 องค์ประกอบสำคัญ คือ

- 1 กิจกรรมความสนุกสนาน และกิจกรรมกลางแจ้ง
- 2 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสุขภาพ แต่สุขภาพไม่ได้เป็นแรงจูงใจหลักใน กิจกรรมนั้นๆ เช่น การท่องเที่ยวแบบผจญภัยและกีฬา ยกตัวอย่างเช่น การเดินป่า การขี่จักรยาน หรือการเล่นกอล์ฟ เป็นต้น
- 3 แรงจูงใจหลักของการเดินทางท่องเที่ยว คือ สุขภาพ เช่น การล่องเรือสำราญ หรือ การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีสภาพภูมิอากาศที่แตกต่างจากที่อาศัยอยู่ เป็นต้น
- 4 การเดินทางท่องเที่ยวสำหรับการช้อปปิ้ง นวด และกิจกรรมเพื่อสุขภาพอื่นๆ (spa resort)
- 5 การรักษาทางการแพทย์

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่สวยสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การไปเที่ยวชมธรรมชาติก็เป็นการออกกำลังกายและหลังจากนั้นก็ไปนวดประคบสมุนไพร หรือการตรวจรักษาสุขภาพและการรักษาพยาบาล เพื่อเป็นการเพิ่มพูนผลกำไรให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ขจัดความเครียด และปรับความสมดุลให้แก่ร่างกาย เป็นต้น

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัจจุบันคนส่วนใหญ่ได้มีการให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพมากขึ้น จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเริ่มเป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดย จูฑาธิปต์ จันทร์เอียด, อังสุมาลิน จำนงชอบ, อรัญ วานิชกร และณัฐพัชร มณีโรจน์ (2561) ได้มีการอธิบายว่า การพัฒนาและส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อยุทธศาสตร์การพัฒนาไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ 10 ปี (พ.ศ. 2559-2568) และมุ่งสู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (medical & wellness) กำลังเดินทางอย่างได้ผล ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกมีมูลค่า 1.6 ล้านล้านบาท ขยายตัวปีละเกือบร้อยละ 10 ช่วยสร้างรายได้ให้กลุ่มผู้ประกอบการ โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) มีการเชื่อมโยงและส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกๆ กลุ่ม มีมูลค่าการตลาดสูงเป็นอันดับ 4 รองจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คิดเป็น ประมาณร้อยละ 15.6 ของรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม และมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูง เฉลี่ยร้อยละ 7.5

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ยังมีความสำคัญอีกประการที่นอกเหนือจากความสำคัญทางเศรษฐกิจ ก็คือ การมีความสำคัญในฐานะแหล่งเรียนรู้ โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) มีรูปแบบการจัดการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างหลากหลาย ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีความสำคัญในฐานะแหล่ง เรียนรู้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.4.1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทแพทย์แผนไทย เยี่ยมชมวัดโพธิ์ที่มีประวัติ ความเป็นมาที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ซึ่งยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย รับฟัง การบรรยายสรุปและชมการสาธิตการนวดไทยแผนโบราณเพื่อการรักษาโรคและการส่งเสริม สุขภาพ ตลอดจนเรียนรู้ และฝึกปฏิบัติวิธีการ นวดไทยแผนโบราณ จากผู้ที่มีความสามารถเปรียบเทียบวิธีการนวดแผนโบราณของประเทศไทยกับการนวดของประเทศอื่น ๆ ของโลก

2.4.2 แหล่งท่องเที่ยวประเภทอาหารสมุนไพร เยี่ยมชมศูนย์เกษตรสมุนไพรสวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร และศึกษาเรียนรู้ความมหัศจรรย์แห่งภูมิปัญญาไทยที่สร้างสรรค์ จรรโลงวัฒนธรรมทางด้านอาหารสมุนไพรไร้พิษที่มีแคลอรีต่ำและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มี ประโยชน์ต่อสุขภาพ การนวดแพทย์แผนไทยและอบสมุนไพรเพื่อบำบัดรักษาโรคและบำรุงรักษา สุขภาพ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสตร์/ ผักโยคะ ฝึกกายบริหารทำฤๅษีดัดตน และ ชมการสาธิตกระบวนการผลิตอาหาร และเครื่องสมุนไพร

2.4.3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทสมุนไพรชนบท เยี่ยมชมทัศนศึกษา การปฏิบัติงาน ของกลุ่ม ชมรม สมาคมและผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยังอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอพื้นบ้าน โดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพร ในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยายสรรพคุณ รวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับ หมอพื้นบ้าน และชาวบ้านสมาชิกกลุ่ม ชมรมหรือสมาคมสมุนไพร

2.4.4 แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกษตรธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งการทำ เกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริและการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้าน ปลอดภัย สารพิษ ด้วยการฝึกฝนวิธีการปลูกผักพื้นบ้านสำหรับบริโภคได้เอง การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทย ในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่ ไร่ปุ๋ย ไร่ยาฆ่าแมลง โดยมีการทัศนศึกษาและพบปะสนทนาและ พูดคุยกับ นักวิชาการพื้นบ้าน เกษตรกรกรมไทย

2.4.5 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมทัศนศึกษา แหล่ง น้ำพุร้อนและบ่อน้ำ แร่ ที่มีอยู่ในหลายจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย และพักใน โรงแรม และรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้สถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ โดยมี การท่องเที่ยวและ พักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามในจังหวัดอันเป็นที่ตั้ง ของน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ นั้น

2.4.6 แหล่งท่องเที่ยวประเภทฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา เยี่ยมชมวัดป่ากลาง ธรรมชาติอันสวยงามและสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธศาสตร์เพื่อสร้างความสงบเยือก เย็น

ของจิตใจ ท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่ร่มรื่นงดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาชั้นสูงใน สถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษาและนำวิธีปฏิบัติสมาธิ อย่างถูกต้อง และเป็นประโยชน์ ต่อการคลายเครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและ จิตวิญญาณ ตะวันออก

2.4.7 แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติและเรียนรู้ ความหลากหลายทางชีวภาพที่สวยงาม โดยการเดินป่าสมุนไพรรหรือขี่จักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ ในอุทยานแห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรม ส่งเสริมสุขภาพอย่างหลากหลายในสถานที่พักผ่อนประเภทโรงแรมและรีสอร์ทที่มีสถานบริการ ส่งเสริมสุขภาพแบบสปาให้เลือกใช้บริการได้

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสำคัญในหลายมิติ ทั้งด้านการตอบสนองความต้องการของสังคมในปัจจุบันและอนาคต การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาสติปัญญา ร่างกายและจิตใจ ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาชุมชน สังคม และประเทศที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

2.1.3 หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพและประสบความสำเร็จนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องเข้าใจหลักการสำคัญของการจัดการ โดย heung, & kucukusta (2013) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นผลรวมจากการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพและการท่องเที่ยวทางการแพทย์ โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มเฉพาะหรือกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบด้วย 1 ทรัพยากรธรรมชาติ (natural resources) เช่น ภูมิทัศน์สวยงาม อากาศสดชื่น น้ำสะอาด สิ่งแวดล้อมที่เงียบสงบ สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย ทรัพยากรที่ส่งเสริมสุขภาพ และบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เป็นต้น 2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ (health facilities) เช่น ศูนย์รักษาและ ส่งเสริมสุขภาพมีคุณภาพ (qualified health and wellness center) การบริการและบุคลากร การโน การรักษาและบำบัดโรคที่มีคุณภาพสูง (high quality therapeutic service and practitioners) เป็นต้น และ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ (supporting facilities) เช่น ที่พักที่สวยงามและทันสมัย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ การขนส่งที่สะดวกสบาย ศูนย์ประชุม และอาหาร เพื่อสุขภาพ เป็นต้น ซึ่ง นุชนาฏ หมั่นจันทร์ (2560)ได้อธิบายว่า หัวใจหลักของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

1. การพึ่งพาธรรมชาติ

1.1 การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากธรรมชาติ เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร อาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากผักพื้นบ้านและสมุนไพร ยาจากสมุนไพร ลูกประคบสมุนไพร เป็นต้น

1.2 สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น อากาศเย็นสดชื่น น้ำสะอาด ภูเขาและป่าไม้ เขียวชอุ่ม บรรยากาศเงียบสงบ สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย บรรยากาศที่ผ่อนคลาย เป็นต้น

1.3 การใช้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก ทะเลสาบ ห้วย หนอง คลอง แม่น้ำ บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ เป็นต้น

1.4 การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น โคลน น้ำแร่ น้ำพุร้อน หวาย เป็นต้น

2. การมีกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกายและทางจิต

2.1 กิจกรรมการผ่อนคลาย เช่น นวดแผนไทย ทำสปา อบ/ประคบสมุนไพร อาบน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ ดูนั่ง ฟังเพลง ปลูกผัก ฟังธรรม นั่งสมาธิ อ่านหนังสือ การชม การแสดงต่างๆ การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร เป็นต้น

2.2 กิจกรรมการออกกำลังกาย เช่น โยคะ แอโรบิก วายน้ำ ปั่นเขา พายเรือ วิ่ง เดินรำ เดินป่า ชกมวย การเข้าฟิตเนส การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน เป็นต้น

2.3 การดูแลรักษาความงามให้คงสภาพ เช่น การทำสปา การทำทรีตเมนต์ การสครับ หรือขัดผิว การทำผม ทำเล็บ การพอกโคลน เป็นต้น

3. การใช้วิธีการดั้งเดิมในการรักษาสุขภาพ

3.1 การแพทย์แผนไทย เช่น การนวดแผนไทย การนวดกดจุด การต่อกระดูก การขาง การนวดหม้อเกลือ การเป่าคาถา การตรวจพลังชีวิต การรับประทานยาสมุนไพรไทย การรับประทาน อาหารตามธาตุเจ้าเรือน เป็นต้น

3.2 การแพทย์แผนอื่นๆ เช่น การแพทย์แผนจีน อาทิ การฝังเข็ม การกดจุด การตรวจ สุขภาพแบบ หยินหยาง การฝึกกลมปราณ การยึดเส้นตามศาสตร์แพทย์จีน การรับประทานยาสมุนไพรจีน เป็นต้น

3.3 การแพทย์แบบผสมผสาน เช่น การแพทย์แบบอายุเวท (ayurvedic medicine) การบำบัดโดยอาศัยหลักการ สรีระและจิตใจ (naturopathic medicine) โยคะ ฤๅษีดัดตน เป็นต้น

4. การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

4.1 การพักผ่อน เช่น โรงแรมและรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ ที่มีการบริการที่ส่งเสริม สุขภาพ ได้แก่ ฟิตเนส อาหารเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย สปา เป็นต้น

4.2 การรับประทานอาหารและการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น อาหาร ออแกนิก อาหารควบคุมน้ำหนัก อาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารคลีน เป็นต้น

4.3 การขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การบริการรถโดยสารที่ไม่สร้างมลพิษ อาทิ จักรยาน รถไฟฟ้า รถใช้ก๊าซธรรมชาติ รถโดยสารและสถานีขนส่งที่สะอาดและปลอดภัย เป็นต้น

4.4 ศูนย์ส่งเสริมและรักษาสุขภาพ เช่น โรงพยาบาลของภาครัฐและเอกชน โรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล คลินิก สถาบันรักษาและดูแลความงาม โรงเรียน การแพทย์แผนไทย เป็นต้น

konu et al. (2011) ยังกล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ 1 ทรัพยากรธรรมชาติ (natural resource) เช่น ป่าไม้ ทะเลสาบ ภูเขา แหล่งน้ำ เป็นต้น 2 กิจกรรม ต่างๆ (physical activities) เช่น ขาวน้ำ วายน้ำ ดำน้ำ สปา การรักษาความงาม การเดิน ปั่นเขา เป็นต้น

ต้น 3 วัฒนธรรม (cultural) เช่น เทศกาลและงานประเพณีต่างๆ 4 การรักษาแบบดั้งเดิม (traditional healing) เช่น การบำบัดโรค/อายุรเวท (therapeutic) เป็นต้น

จากการอธิบายข้างต้นพอสรุปได้ว่า หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะประกอบด้วย หัวใจหลัก 4 ประเด็น คือ การให้ความสำคัญกับทรัพยากรธรรมชาติ การมีกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกายและทางจิต การใช้วิธีการดั้งเดิมในการรักษาสุขภาพ และการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการให้ครบถ้วนและคุณภาพในทุกประเด็น

2.1.4 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ธันน์รักษ์ วัชราร (2560) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่ม คือ 1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีไทย เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทแพทย์แผนไทย แหล่งท่องเที่ยว ประเภทอาหารสมุนไพร แหล่งท่องเที่ยวประเภทสมุนไพรชนบท แหล่งท่องเที่ยวประเภทฝึกสมาธิ และบำเพ็ญภาวนา 2 แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกษตรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งธรรมชาติ และ 3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) ได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) แบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลักดังนี้

1 การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (health promotion tourism) เป็น การเดินทาง ไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและ วัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจโดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมา ทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พัก แรมหรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมี คุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด อบ ประคบสมุนไพร การบริการ สูดกลิ่นบำบัด (aroma therapy) และวารีบำบัด (water therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหาร ท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

2 การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (health healing tourism) เป็น การเดินทาง ไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและ วัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไป รับบริการบำบัดรักษาสุขภาพและการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพ มาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกายการรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่น ๆ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งตามจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ ได้ 2 ประเภท (สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และเบญจวรรณ โมกมล. 2550) ดังนี้

1 การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (health promotion tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมเพื่อ

ส่งเสริมสุขภาพทั้งในหรือนอกที่พักแรม เช่น การอาบน้ำแร่ น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร เป็นต้น

2 การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (health healing tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมบำบัดรักษา โรคหรือฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ ที่หลากหลาย รวมทั้ง การทำทันตกรรม การผ่าตัดเสริมความงาม หรือ การแปลงเพศ เป็นต้น ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท 1 การแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวโดยสามารถแบ่งออกเป็นการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ และ 2 การแบ่งตามแหล่งของการท่องเที่ยวโดยสามารถแบ่งออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีไทย แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ทั้งนี้ หากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวเป็นแบบประเภทใดนั้น ควรพิจารณาความเหมาะสมกับบริบทและศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อการจัดการท่องเที่ยวดังกล่าวประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

2.1.5 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health promotion tourism) ของประเทศไทยมีรูปแบบการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างหลากหลาย ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

1 ทัวร์แพทย์แผนไทยเยี่ยมชมวัดโพธิ์เพื่อรับฟังการบรรยายและชมการสาธิตการ นวดไทยแผนโบราณเพื่อการรักษาโรคและการส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติ วิธีการนวดไทยแผนโบราณจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

2 ทัวร์อาหารสมุนไพรเยี่ยมชมศูนย์เกษตรและสวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร ศึกษา เรียนรู้ภูมิปัญญาไทยที่สร้างสรรค์ศึกษาเครื่องคั้นสมุนไพรและสมุนไพรไร้พิษที่มีแคลอรีต่ำ การนวดแพทย์แผนไทยและอบสมุนไพรเพื่อบำบัดรักษาโรคและบำรุงรักษาสุขภาพ รวมทั้งการ ฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสน์ ฝึกโยคะฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตนและชมการสาธิตกระบวนการ ผลิตอาหารและเครื่องคั้นสมุนไพร

3 ทัวร์สมุนไพรชนบท เยี่ยมชมการปฏิบัติงานของกลุ่มผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยังอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอพื้นบ้านโดยจัด ให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพรในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยายสรรพคุณ รวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหมอพื้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่มชมรมหรือสมาคมสมุนไพร

4 ทัวร์เกษตรธรรมชาติเยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ และเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่

5 ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมแหล่งน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ที่มีอยู่ในหลายจังหวัดทั่วประเทศไทย พักในโรงแรมและรีสอร์ท ที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ให้บริการ อาบน้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ

6 ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา เยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติอันสวยสดงดงามและสงบสุขทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธหรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ใน วัดป่าธรรมชาติ

7 ทัวร์แหล่งธรรมชาติเยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติและเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพ โดยการเดินป่าสมุนไพรรหรือขี่จักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติและควมหลากหลายทางชีวภาพใน อุทยานแห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักแรมประเภท โรงแรมและรีสอร์ทที่มีสถานบริการส่งเสริมสุขภาพแบบสปาให้เลือกใช้บริการได้

ปทิตตา ตันติเวชกุล (2546) กล่าวว่า ในประเทศไทยได้มีการจัดรูปแบบกิจกรรมการ ให้บริการ การส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) ได้แก่

1 การนวดแผนไทย ถือเป็นวิธีบำบัดรักษาโรคของไทยที่มีมาแต่ดั้งเดิม เริ่มต้นมาจาก ความ พยายามในการบรรเทาอาการปวดเมื่อย ฟกช้ำ ด้วยการสัมผัสจับต้อง หรือกดบริเวณที่เจ็บเพื่อ ช่วยเหลือตนเอง นวดเพื่อช่วยเหลือตนเองและสังสมประสบการณ์มาเป็นการนวด เริ่มจากการนวด ตนเอง นวดเพื่อช่วยเหลือบุคคลใน ครอบครัวและกระจายกว้างขวางออกไปในชุมชน นอกจากนี้ใน ค่าย มวย ซึ่งมักเกิดอุบัติเหตุจากการต่อสู้ เช่น ไหล่หลุด เคล็ด ชัดยอก จึงมีการบำบัดขั้นต้นด้วยการ กด จับ ตัด ดึง เพื่อให้เข้าที่ ทำให้เรียนรู้สืบทอดกันมา และพัฒนาเป็นท่าต่าง ๆ สรุบบทเรียนเป็น ศาสตร์และ ศิลปะที่ใช้ในการบำบัดรักษาตราบจนถึงปัจจุบัน ประโยชน์ของการนวดแผนไทย คือ

- 1.1 ช่วยทำให้ระบบหมุนเวียนของโลหิตดี สุขภาพแข็งแรง
- 1.2 ช่วยทำให้การเคลื่อนไหวของสรีระ คล่องแคล่วอย่างธรรมชาติ
- 1.3 สามารถบรรเทาโรค และอาการปวดต่าง ๆ ของข้อต่อและกล้ามเนื้อ
- 1.4 เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและถ่ายทอดความเอื้ออาทรต่อผู้ถูกนวด

2. การนวดเท้า มีหลักการพื้นฐาน คือ อวัยวะทั้งหมดของร่างกายจะมีการแสดงออกที่ สัมพันธ์กับบริเวณเท้าทั้งหมด โดยอวัยวะส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับบริเวณสันเท้า แล้วกระจายไปสู่ปลาย เท้า การนวดเท้าแบบไทยจึงมีวิธีการนวดและการกดจุดบนเท้า ซึ่งจะไปมีผลที่อวัยวะอื่น ๆ ที่อยู่ไกล ได้ โดยยังไม่สามารถอธิบายถึงประสาทที่เกี่ยวข้องกันโดยตรงแบบแพทย์แผนปัจจุบันได้ การนวดเท้า แบบ ไทยเป็นการนวดโดยรวมเพื่อกระตุ้นเส้นสายให้ลมเดินสะดวก โดยเริ่มจากฝ่าเท้า หลังเท้า แล้ว ไปที่ขา ประโยชน์ของการนวดเท้าเพื่อสุขภาพ คือ

- 2.1 ช่วยส่งเสริมสุขภาพโดยกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต น้ำเหลือง และ กระตุ้นการ ทำงานของระบบต่าง ๆ ในร่างกายให้ทำงานสมดุลดี
- 2.2 ช่วยป้องกันโรคบางอย่าง เช่น ท้องผูก หืด ปวดหัว โรคไต โรคเครียด ไมเกรน เป็นต้น

2.3 ส่งผลดีทางด้านสุขภาพจิต รู้สึกสบายลดความตึงเครียด และสร้างความสัมพันธ์อันดี ในครอบครัว

3. การอบ/ประคบสมุนไพรหมายถึง กระบวนการและวิธีการในการส่งเสริมสุขภาพและการ บำบัดรักษาร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ด้วยกรรมวิธีอบไอน้ำผสมกลิ่นหอมจากพืชสมุนไพรหรือกรรมวิธีประคบร้อนจากพืชสมุนไพร ตามหลักทฤษฎีการแพทย์แผนไทยโบราณ

3.1 การอบสมุนไพร เป็นการอบตัวด้วยไอน้ำที่ได้จากการต้มสมุนไพร เป็นวิธีบำบัดรักษา อย่างหนึ่ง ซึ่งเริ่มต้มน้ำจากประสบการณ์การนั่งกระโจมในหญิงหลังคลอด โดยใช้ผ้าทำเป็นกระโจมหรือ นั่งในสุม่ไก่ที่ปิดคลุมมิดชิด และมีหม้อต้มสมุนไพรซึ่งเดือดทำให้สามารถอบและสูดดมไอน้ำสมุนไพร และผิวหนังได้สัมผัสไอน้ำด้วยกัน ช่วยให้การไหลเวียนของโลหิตดีขึ้นทำให้ร่างกายสดชื่น ผิวพรรณ เปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล ต่อมาจึงเป็นที่นิยมในประชาชนทั่วไป จึงได้มีการจัดทำเป็นห้องอบตัวด้วยไอน้ำสมุนไพร 2 แบบคือ การอบแห้งหรือที่เรียกว่า “เขาวาน่า” (Sauna) โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบนเตา และการอบเปียก โดยใช้หม้อต้มสมุนไพรที่มีท่อส่งไอน้ำเข้าไปภายในห้องอบ

3.2 การประคบสมุนไพร เป็นวิธีบำบัดรักษาของแพทย์แผนไทยอีกวิธีหนึ่งโดยการนำ สมุนไพรสดที่มีตัวยาสำคัญเช่น หัวไหล ขมิ้นน้อย ตะไคร้ ผิวมะกรูด ฯลฯ ท่อใส่ผ้ารวมกันโดยใช้วิธีนี้ ให้ร้อนเพื่อให้เกิดน้ำมันหอมระเหยเป็นสารในการออกฤทธิ์ซึ่งเมื่อผสมกับความชื้นด้วยตัวยาตามสรรพคุณของสมุนไพรจะซึมผ่านผิวหนังด้วยการประคบสัมผัสไปตามบริเวณที่ต้องการส่วนใหญ่จะ นิยมทำกันในหญิงหลังคลอด และผู้ที่ต้องการให้ร่างกายสดชื่นผิวพรรณเปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล

4. สுவคนธบำบัด (Aroma Therapy) หมายถึงกระบวนการและวิธีการในการส่งเสริมสุขภาพ และการบำบัดรักษาร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ด้วยกลิ่นหอม ซึ่งส่วนใหญ่ได้จากน้ำมันหอมระเหย (Essential Oil หรือ Volatile Oil) ที่สกัดได้จากส่วนต่าง ๆ ของพืชสมุนไพร เช่น ดอกใบ ราก ผล เปลือกไม้ ยางไม้ (Resins, Gums, Exudates) รวมถึงสารในพืชบางชนิด เช่น Coumarin และกลิ่น หอมที่ได้มาจากสัตว์ เช่น ปลาฉลาม (อำพันทองหรือAmbergris เป็นสารหอมที่ได้จากสำรอกปลาฉลาม) ชะมด (ชะมดเข็ด หรือCivet เป็นสารหอมที่ได้จากสิ่งขับถ่ายจากกระเปาะของต่อมคู่ใกล้กับอวัยวะสืบ พันธุ์ของตัวชะมด) บีเวอร์ กวาง เป็นต้น โดยวิธีการใช้น้ำมันหอมระเหยที่นิยมใช้ในสุคนธบำบัด อยู่ 3 วิธีดังนี้

4.1 การสูดดมโดยตรง เป็นวิธีที่ง่ายและสะดวก โดยสูดดมกลิ่นหอมจากน้ำมันหอมระเหย ที่หยดบนสำลีหรือกระดาษทิชชูหรือสูดดมไอระเหยจากน้ำมันระเหยที่หยดลงในเตาต้มน้ำร้อน 5-10 หยด ไอน้ำจะพากลิ่นน้ำมันหอมระเหยกระจายออกไปทั่วบริเวณ สร้างบรรยากาศให้มีกลิ่นหอมและ บำบัดอาการต่าง ๆ แล้วแต่ชนิดของน้ำมันหอมระเหย

4.2 การผสมน้ำ โดยการเติมน้ำมันหอมระเหยลงในอ่างอาบน้ำ เป็นวิธีการที่ดีในการผ่อนคลายอารมณ์และจิตใจ กลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยจะผ่านเข้าสู่ร่างกายได้ 2 ทางคือ การสูดดม กลิ่นที่ระเหยขึ้นมาจากน้ำและการแทรกซึมเข้าทางผิวหนัง น้ำในอ่างอาบน้ำไม่ควรร้อนเกินไป และปริมาณน้ำมันหอมระเหยไม่ควรเกิน 6 หยด ถ้าในเด็กควรลดปริมาณน้ำมันหอมระเหยลงสักครึ่งหนึ่ง โดยต้องผสมให้เข้ากับน้ำที่เตรียมไว้แล้ว

4.3 การใช้กับผิวหนังโดยตรง โดยทาน้ำมันหอมระเหยบนผิวหนังแล้วนวดร่างกายด้วยมือ เปลา่แบบลูบไล่ไปมาด้วยน้ำหนักที่สม่ำเสมอ จะช่วยคลายเครียดและลดความปวดเมื่อยได้ดี แต่ไม่ควรเอาน้ำมันหอมระเหยชนิดเข้มข้นมานวด ควรจะให้น้ำมันหอมระเหยเจือจางเสียก่อนใช้ทาบน ผิวหนัง

5. การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ได้รับการส่งเสริม และพัฒนาให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย คือแหล่งน้ำแร่ (Mineral Water) ที่พบในรูปของน้ำพุร้อนหรือบ่อน้ำร้อน เนื่องจากเชื่อกันว่า น้ำแร่ชนิดต่าง ๆ มีคุณค่าทางการบำบัดรักษาและส่งเสริมสุขภาพจากการดื่มหรืออาบ โดยรู้จักไปในนามของ “สปา” (Spa) ในประเทศไทย น้ำแร่ก็เป็น สิ่งที่คนไทยรู้จักคุณค่ามานาน ซึ่งมีให้บริการอยู่ในแหล่งบ่อน้ำแร่และบ่อน้ำพุร้อนในหลายจังหวัดเช่น ระนอง เชียงใหม่ เชียงราย อุทัยธานี ยะลา ฯลฯ แต่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและทันสมัยเท่าที่ควรเหมือนอย่างในต่างประเทศ

6. วารีบำบัด (Water Therapy) หมายถึง กิจกรรมสร้างเสริมและบำบัดรักษาสุขภาพ โดย วิธีการสร้างความสมบูรณ์แข็งแรงและเพิ่มสมรรถภาพที่ดีของร่างกายด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่อาศัยน้ำ เป็น ปัจจัยสำคัญ ประกอบด้วยการออกกำลังกายในน้ำด้วยวิธีการทำกิจกรรมแอโรบิกในน้ำซึ่งเรียกอีก อย่างหนึ่งว่า ไฮโดรเทอราปี (Hydrotherapy) การออกกำลังกายแอโรบิกในน้ำสามารถช่วยสร้างเสริม และบำบัดรักษาสุขภาพได้ เพราะน้ำมีแรงพยุงตัวที่ช่วยลดในส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้ดี และช่วย เสริมสร้างกล้ามเนื้อได้เร็วขึ้น สำหรับผู้สูงอายุที่มีอาการปวดหลัง หรือปวดข้อสามารถใช้วิธีไฮโดร แอ โร บิก (Hydro-Aerobics) โดยการออกกำลังกายในสระน้ำที่มีระดับน้ำสูงเพียงแค่หน้าอกและเป็นพื้น สระ น้ำแบบกระดานเตี้ยก้นทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีวิธีการวารีบำบัดแบบง่าย ๆ คือ การอาบน้ำร้อน น้ำ เย็น สลับกัน โดยเริ่มต้นอาบน้ำร้อนก่อนประมาณ 3-5 นาที แล้วสลับการอาบด้วยน้ำเย็น ซึ่งจะมี ผลทำให้ ร่างกายเกิดความกระปรี้กระเปร่าขึ้น แต่ถ้าก่อนนอนอยาก ให้ร่างกายรู้สึกสบายและหลับง่าย ก็ให้ใช้ วิธีการอาบน้ำอุ่น เพื่อให้ระบบต่าง ๆ ของร่างกายทำงานช้าลง ประโยชน์ของวารีบำบัดด้วยวิธี นี้จะช่วย สร้างภูมิคุ้มกันต้านต่อโรคต่าง ๆ ช่วยปรับฮอร์โมน และช่วยผ่อนคลายของระบบประสาทที่มี อาการตึง เครียดได้

7. การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหารนับเป็นปัจจัย สำคัญ ที่นำไปสู่การสร้างเสริมสุขภาพที่ดี ซึ่งมีวิธีการทำให้ร่างกายเกิดการเคลื่อนไหวที่เหมาะสม เพื่อให้ เกิด การใช้พลังงานขับเหงื่อออกมา โดยให้มีความสัมพันธ์กับส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นกระดูก ข้อต่อกล้ามเนื้อ และอวัยวะภายในต่างๆ ของร่างกายมนุษย์ การดัดตนยังอาศัยความสัมพันธ์ระหว่าง ท่าทางการเคลื่อนไหวกับการหายใจเป็นหลักสำคัญ จึงต้องมีการนั่งสมาธิร่วมด้วย จะช่วยทำให้จิตใจ สบายคลายเครียด หมอไทยโบราณจึงเชื่อมโยงประสบการณ์ของท่าฤๅษีดัดตนที่บอกเล่าสืบต่อกันมา และ ค้นคว้าเพิ่มเติมให้เป็นท่ากายบริหารแบบไทย และสรุปท่าทางการดัดตนให้มีความสุภาพและ สามารถ ปฏิบัติได้โดยคนทั่ว ๆ ไปไม่ผัดผ่อนหรือฝืนร่างกายจนเกินไป ประโยชน์ของการฝึกกาย บริหารท่าฤๅษีดัด ตน มีดังนี้

7.1 ช่วยให้เกิดความเคลื่อนไหวตามธรรมชาติ ของแขนขาหรือข้อต่อต่างๆ ให้เป็นไปอย่าง คล่องแคล่ว บางท่าจะมีการกดหรือบีบนิ้วร่วมไปด้วย รวมทั้งฝึกลมหายใจเข้าออกอย่าง ลึกๆ และช้าๆ

7.2 มีการใช้สมาธิร่วมด้วยจะช่วยยกระดับจิตใจให้พ้นอารมณ์ขุ่นมัว หงุดหงิด ความง่วง ความเครียดและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการหายใจ หากมีการฝึกหายใจให้ถูกต้อง

7.3 ทำให้โลหิตหมุนเวียนดี เลือดลมเดินได้สะดวก นับเป็นการออกกำลังกายซึ่ง สามารถ ทำได้ในทุกอิริยาบถ

7.4 เป็นการต่อต้านโรคภัยบำรุงรักษาสุขภาพให้มีอายุยืนยาว

8. การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา (Buddhist Meditation) เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็น ของ จิตใจท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่รุ่มร้อนดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่ จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็น ประโยชน์ต่อการคลายเครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณ ตะวันออกช่วยให้เกิดความมั่นคงทางอารมณ์ และมีภูมิคุ้มกันโรคทางจิต นอกจากนี้ยังช่วยเสริม สุขภาพ ภายและใช้แก้ไขโรคได้ ร่างกายกับจิตใจอาศัยกันและมีอิทธิพลต่อกัน ผู้มีจิตใจผ่องใสเบิกบาน ย่อมช่วยให้ ภายเอิบอิมผิวพรรณผ่องใส สุขภาพกายดี เป็นภูมิต้านทานโรคไปในตัว

9. การบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ หมายถึง การนำสมุนไพรมาปรุง เป็น อาหารและเครื่องดื่มที่ให้ประโยชน์แก่ร่างกายและจิตใจในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากพืช สมุนไพรมีสารอาหารที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของร่างกายอยู่ครบถ้วน ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต ไขมัน โปรตีน เกลือแร่ กรดอินทรีย์ วิตามิน และน้ำย่อย เป็นต้น ในทัศนะของแพทย์แผน ไทย การกินอาหารตามธาตุเป็นประโยชน์ต่อร่างกายมนุษย์ที่ประกอบด้วยธาตุ 4 คือดิน น้ำ ลม ไฟ ธาตุ ทั้ง 4 นี้ต้องมีความสมดุลกัน ซึ่งจะทำให้สุขภาพเป็นปกติ ไม่เจ็บป่วยอาหารที่มนุษย์ รับประทานเป็น ปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่จะบำรุงธาตุให้สมดุลโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารที่มีพืชสมุนไพร เป็นส่วนประกอบจะ มีสรรพคุณในการปรับธาตุที่หย่อนหรือกำเริบให้กลับคืนสู่สภาวะปกติ

10. การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม การนำสารสกัดจากสาร ธรรมชาติและสมุนไพรมาใช้ในการผลิตเครื่องสำอางเพื่อลดอันตรายและการแพ้สารสังเคราะห์ ซึ่ง ปัจจุบันนี้มีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและสามารถ นำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในสถานบริการที่ พักแรมได้เป็นอย่างดีจาก การศึกษา รูปแบบกิจกรรมการให้บริการการส่งเสริมสุขภาพต่าง ๆ ที่มีหลากหลายในโปรแกรม ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพในปัจจุบันมีความน่าสนใจที่ผู้วิจัยเลือกใช้ในการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิง สุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงความสนใจและความ ต้องการที่จะใช้บริการใน กิจกรรมใด และเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ต่อไปในอนาคต

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถแบ่งออกได้ เป็นการจัดการกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เกี่ยวกับแพทย์แผนไทย อาหารสมุนไพร สมุนไพรชนบท เกษตร ธรรมชาติ น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ การฝึกสมาธิและบำบัดเพื่อบำบัด และแหล่งธรรมชาติ โดยขึ้นอยู่กับ ความเหมาะสม บริบท และศักยภาพในการบริหารจัดการแต่ละแหล่งเป็นหลัก

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นเครื่องมือที่มีความซับซ้อนในการวิเคราะห์ทางการแข่งขัน แต่ทั้งนี้ผลกระทบที่เกิดจากทฤษฎีนี้จะทำให้มีความเข้าใจในการที่จะได้เปรียบคู่แข่งมากขึ้น ทั้งในเรื่อง การค้า และการผลิตของประเทศ และการค้าระหว่าง โดยหลักของทฤษฎีนี้จะมุ่งเน้นที่อุตสาหกรรม บุคคลหรือกลุ่มบุคคลของอุตสาหกรรมที่สร้างขึ้น ทั้งนี้ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นกุญแจสำคัญในการอธิบาย บทบาทและสาระสำคัญในแต่ละขั้นตอนที่มีอิทธิพลต่อความสามารถของบริษัทที่จะทำให้ บริษัทประสบความสำเร็จ (michael e. porter, 1990) ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นเสมือนพลังที่ใช้ในการขับเคลื่อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้นและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากจะช่วยให้เกิด เสถียรภาพทางด้านราคาแล้วสิ่งที่สำคัญ คือ การช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ในตลาดโลกได้ จึงทำให้ได้รับความนิยมในการนำมาใช้ ในหลากหลายอุตสาหกรรม ซึ่งประเทศไทยก็มีหลายธุรกิจที่มีการนำทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (porter's theory of national competitive advantage) มาใช้ในการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมเพื่อ สร้างความได้เปรียบให้แก่ธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมของตนเช่นเดียวกัน (อุษณีย์ ผาสุก, 2561) โดย ฌัก ทิพย์ศร, พินิจ บำรุง, สิริพร กุศลใจ และสุภาวดี เตชะยอด (2558) ได้อธิบายความหมายของ ความได้เปรียบทางการแข่งขันว่าหมายถึง การที่องค์กรมีความสามารถที่แตกต่างจากผู้อื่น โดยมีการปรับ ใช้กลยุทธ์ทางการแข่งขันที่เหมาะสมแก่องค์กรเพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง อันนำไปสู่ การเป็นผู้นำการตลาดและองค์การอื่นไม่สามารถเลียนแบบได้หรือทำได้ไม่เต็มที่ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ดังนี้

2.2.1 หลักการของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้บริหาร มีทักษะความสามารถในการจัดการ เทคโนโลยีกับการผลิตภายใต้การปรับตัวขององค์กรให้ทันต่อ การเปลี่ยนแปลงจนกลายเป็นความสามารถ ขององค์กร โดยความสามารถหลัก (core competency) ขององค์กรเป็นการเพิ่มศักยภาพของธุรกิจทำให้ การเข้าถึงตลาดเป้าหมายด้วยวิธีการที่หลากหลาย และความสามารถหลักนั้นต้องเป็นสิ่งที่คู่แข่ง เลียนแบบได้ยากถึงแม้คู่แข่งสามารถเลียนแบบ เทคโนโลยีได้แต่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและต้องใช้ เวลาในการเรียนรู้จึงเป็นไปได้ยาก ตลอดจน ลูกค้าได้รับประโยชน์ในผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย (hamel, g. & prahalad, c.k. ,1993) ซึ่ง porter, m. e. (1990) ได้อธิบายว่า กลยุทธ์ในการแข่งขัน (competitive strategy) ตามแนวคิดของศาสตราจารย์ michael e. porter นั้นอุตสาหกรรมจะประสบความสำเร็จได้ จะต้องประกอบด้วยโครงสร้างของอุตสาหกรรมนั้นและการวางตำแหน่งของธุรกิจไว้อย่างเหมาะสมซึ่งได้มี

การนำเสนอตัวแบบในการวิเคราะห์โครงสร้างและการแข่งขันของธุรกิจภายใต้ชื่อว่า the five force model ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ คือ 1 การคุกคามของกลุ่มแข่งรายใหม่ของอุตสาหกรรม 2 การคุกคามจากสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ 3 อำนาจในการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ 4 อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อสินค้า และ 5 สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนั้น รวมถึง ความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ (competitive advantage of nations) ที่จะมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในระดับประเทศได้ โดยกำหนดกรอบแนวคิดไว้ในรูปแบบ porter's diamond model ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

1 เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (factor conditions) ในส่วนนี้จะพิจารณาถึงโครงสร้างพื้นฐานซึ่งเป็นองค์ประกอบจากธรรมชาติทรัพยากรมนุษย์ความสามารถทางเทคโนโลยีและเงินทุน

2 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องสนับสนุนกัน (related and supporting industries) อุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกัน (related industries) และอุตสาหกรรมที่สนับสนุนกัน (supporting industries) ความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่างๆ จะมีความเชื่อมโยงกันตามลักษณะของโซ่อุปทาน (supply chain) ซึ่งจะเชื่อมโยงให้อุตสาหกรรมมีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกันมีความสัมพันธ์กันในเชิงความร่วมมือกันบนโซ่อุปทานเดียวกันซึ่งจะทำให้โซ่อุปทานนั้นเกิดความเข้มแข็ง

3 เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ของสินค้าและบริการ (demand conditions) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่สูงจะมีตัวชี้วัดอยู่ที่คุณภาพของอุปสงค์

4 การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (context for firm strategy and rivalry) สถานะการแข่งขันของธุรกิจที่เพิ่มขึ้นตามแนวคิดของศาสตราจารย์ michael e. porter ได้นำเสนอปัจจัยผลักดันให้ธุรกิจปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพของตนเองไว้ 2 ประการ คือ การใช้ปัจจัยการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าด้วยการสร้างนวัตกรรมใหม่เพิ่มขึ้นซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมมีความเข้มแข็งมากขึ้น

barney, j. (1991) กล่าวว่าคุณสมบัติของทรัพยากรที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน มี 4 ข้อ ดังนี้

1 คุณค่าของทรัพยากร (valuable resources) ทรัพยากรองค์กรสามารถเป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขัน เมื่อทรัพยากรเหล่านั้นมีคุณค่า ซึ่งหมายถึง ทรัพยากรที่ทำให้การบริหารกลยุทธ์มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลหรือแบบดั้งเดิมที่เรียกว่า แบบจำลองของผลการดำเนินงานขององค์กร โดยองค์กรสามารถปรับปรุงผลการดำเนินงานต่อเมื่อทรัพยากรในองค์กรมี คุณค่าในการสร้างโอกาส และอุปสรรคในแผนกลยุทธ์ขององค์กร และองค์กรจะมีความได้เปรียบ ในการแข่งขันได้ต่อเมื่อองค์กรสามารถดำเนินกลยุทธ์ที่สามารถสร้างคุณค่า (value creating strategy) ที่ไม่เหมือนกับการดำเนินกลยุทธ์ของกลุ่มแข่งปัจจุบัน และคู่แข่งที่อาจมีศักยภาพในอนาคต

2 ทรัพยากรที่หายาก (rare resources) คุณค่าของทรัพยากรถ้าถูกครอบครองโดยคู่แข่งหลายราย ทำให้องค์กรเหล่านั้นมีความสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรนั้นเหมือน ๆ กันซึ่งการดำเนินกลยุทธ์ที่คล้ายกัน จะไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ดังนั้น คุณสมบัติข้อสำคัญข้อหนึ่งของทรัพยากรคือ ต้องหายาก และผู้ที่ครอบครองทรัพยากรที่หายาก เหล่านี้ จะมีความได้เปรียบกว่า

3 ทรัพยากรที่ไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ (imperfectly imitable resources) คุณค่าของทรัพยากรและความหายากสามารถเป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขันก็ต่อเมื่อองค์กรอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ทรัพยากรเหล่านี้ต้องยากแก่การ ลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์เมื่อเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรขององค์กรกับการสร้างความ ได้เปรียบในการแข่งขันเป็นเรื่องที่ยากที่คู่แข่งจะเข้าใจได้ นั่นคือ อุปสรรคที่คู่แข่งคิดจะทำซ้ำได้ ยากยิ่งขึ้นซึ่งมีเหตุผล 3 ประการที่ทำให้การลอกเลียนแบบทำได้ยากคือ ความสามารถขององค์กร ในการได้มาซึ่งทรัพยากรนั้น ความแตกต่างอย่างเป็นเอกลักษณ์ และทรัพยากรที่สร้างความ ได้เปรียบมีความซับซ้อนเชิงสังคม กล่าวโดยสรุปคือ องค์กรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันที่ ยั่งยืนต่อเมื่อองค์กรสามารถดำเนินกลยุทธ์ที่สามารถสร้างคุณค่าให้แตกต่างจากกลยุทธ์ของคู่แข่ง ปัจจุบัน และคู่แข่งที่อาจมีศักยภาพในอนาคตโดยองค์กรอื่น ๆ เหล่านี้ไม่สามารถลอกเลียนแบบ ผลประโยชน์ของกลยุทธ์ที่องค์กรกำหนดขึ้น (foss, n. j. & ishikawa, i.,2007)

4 ทรัพยากรที่ยากที่จะทดแทน (non to substitutability resources) หมายถึง การที่องค์กรมีทรัพยากรที่องค์กรอื่น ๆ ไม่มีทรัพยากรหรือความสามารถอื่นใดที่เท่าเทียมหรือมาทดแทนได้

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า หลักการของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้บริหารต้องมีทักษะความสามารถในการจัดการเทคโนโลยีกับการผลิตภายใต้การปรับตัวขององค์กรให้ทันต่อ การเปลี่ยนแปลงจนกลายเป็นความสามารถขององค์กร โดยมีการวิเคราะห์โครงสร้างและการแข่งขันของธุรกิจตามแนวคิด the five force model และแนวคิด porter's diamond model บนพื้นฐานของการให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของทรัพยากรที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน 4 ข้อ คือ คุณค่าของทรัพยากร ทรัพยากรที่หายาก ทรัพยากรที่ไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ และทรัพยากรที่ยากที่จะทดแทน เพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

2.2.2 รูปแบบของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตัวกำหนดของอุตสาหกรรมที่จะนำมาใช้ในการสร้างกลยุทธ์เพื่อให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จในระยะยาว ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) ตามแนวคิดของ michael e. porter ได้มีการนำเสนอรูปแบบของการแข่งขันที่ทำให้อุตสาหกรรมมีความได้เปรียบไว้ 3 รูปแบบ คือ (porter, m. e. ,1990)

1 ความได้เปรียบในด้านต้นทุนหมายถึงความได้เปรียบของอุตสาหกรรมต้องมีต้นทุนที่ต่ำจะทำให้องค์กรมีความได้เปรียบเหนือองค์กรอื่นในแง่ความสามารถทางการผลิตความสามารถในการ

ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่รวมไปถึงความสามารถในการส่งมอบที่รวดเร็วเหนือกว่าคู่แข่งอีกทั้งผู้ซื้อสินค้าจะได้รับมูลค่าเพิ่มจากการมีต้นทุนที่ต่ำ

2 ความได้เปรียบในการสร้างความแตกต่างหมายถึงการสร้างคุณค่าเฉพาะตัวของสินค้าในด้านคุณภาพรูปแบบอีกทั้งการบริการหลังการขายซึ่งความแตกต่างนี้เป็นคุณค่าเฉพาะตัวของสินค้าที่มีความเหนือกว่าคู่แข่งซึ่งส่งผลให้องค์กรมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง

3 ความได้เปรียบในการตอบสนองที่รวดเร็วหมายถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงการจัดส่งที่ตรงเวลามีตารางการทำงานที่แน่นอนมีการปฏิบัติงานในลักษณะของความยืดหยุ่นในการตอบสนองของผู้ซื้อสินค้า

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า รูปแบบของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถแบ่งออกได้ 3 รูปแบบ คือ ความได้เปรียบในด้านต้นทุน ความได้เปรียบในการสร้างความแตกต่าง และความได้เปรียบในการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งผู้บริหารสามารถเลือกรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือผสมผสานทุกรูปแบบควบคู่กันก็ได้

2.2.3 กลยุทธ์ของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

นพดล รัปพรพระ (2552) ได้อธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่ง ดังนี้

1 การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเพราะลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดของธุรกิจ เสมอ เป็นที่มาของรายได้ การรักษาความสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยรักษาและ เพิ่มพูนรายได้ให้แก่ธุรกิจคุณภาพของสินค้าและบริการ ราคาที่เหมาะสม คุณค่าของสินค้าตามที่ ลูกค้าคาดหวัง ความสะดวกหรือการเข้าถึงของสินค้า กระบวนการสร้างความพึงพอใจเริ่มจาก การ พัฒนาแนวคิดและนโยบาย การวิจัยตลาดวิเคราะห์ความจำเป็น และความต้องการของลูกค้า วางแผนความต้องการเฉพาะของสินค้าและบริการ ทำการตลาดและขายผลิตภัณฑ์ ควรเป็นกระบวนการที่สร้างคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ การส่งมอบสินค้า และบริการ โดยมีช่องทางการสื่อสาร ที่ถึงตัวลูกค้าโดยตรง จัดเตรียมบริการที่ลูกค้าพึงพอใจ และเก็บรวบรวมวิเคราะห์ ประเมินความ พึงพอใจของลูกค้า

2 การบริหารสัมพันธ์ภาพกับลูกค้า (customer relation management) หรือ crm ไม่ว่าธุรกิจจะขายสินค้าหรือให้บริการใด ๆ ก็ตาม การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจะทำให้ ลูกค้ามีความซื่อสัตย์ในตราสินค้า (brand loyalty) จะใช้สินค้าของเราไปตลอดและป้องกันการ โจมตีของคู่แข่งได้อีกด้วย ควรมอบผลประโยชน์เพิ่มเติมไม่ว่าจะเป็นของขวัญ ส่วนลดการติดต่อ กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ทั้งก่อนซื้อ ขณะซื้อและหลังซื้อ เอาใจใส่ อำนวยความสะดวก อาจแนะนำ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตอบข้อสงสัย ซึ่งต้องเป็นการติดต่อแบบสองทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ ส่ง อีเมล การจัดกิจกรรมพิเศษ โดยให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในกิจกรรม

3 การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (brand building) การสร้างตราผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความภักดีของลูกค้า การสร้างตรา คือ การให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพ ภาพลักษณ์ จุดเด่นที่เราต้องการสร้างให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค การสร้างตราที่ดีต้องสื่อว่าผลิตภัณฑ์นั้นคือ อะไร มีคุณประโยชน์ (benefits) มีคุณค่า (values) อย่างไร การสร้างแบรนด์ การสร้างความ แตกต่างในการ

รับรู้ฉะนั้น แปรนตร์ของเราต้องไม่เหมือนใคร โดดเด่น แปลกใหม่ สร้างความพิเศษ ทั้งด้านรูปแบบ คุณค่า และอารมณ์ และต้องแตกต่าง ซึ่งหลักในการสร้างความแตกต่าง คือ ต้องง่าย สมเหตุสมผล

4 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication) หรือ imc การส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็น แต่ในยุคที่ผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน ลักษณะของสินค้าที่เฉพาะตัวและราคาของสื่อแต่ละชนิดที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่งบประมาณของ เจ้าของสินค้ามีจำกัดการเลือกวิธีการสื่อสาร การตลาดที่ดี เหมาะสมกับสินค้าและลูกค้า ประหยัด และมีประสิทธิภาพ ย่อมเป็นสิ่งจำเป็นหลักการของการสื่อสารทางการตลาด คือ การประยุกต์ใช้สื่อ และการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการใช้โฆษณา การเน้นทางด้านบริการ ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรงและอีกหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีมีจุดเด่นจุดด้อยต่างกัน ฉะนั้นการผสมผสานแต่ละวิธีที่ลงตัวจะทำให้การสื่อสารการตลาด ประสบความสำเร็จ

5 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่จำเป็น แต่การสร้างมูลค่าเพิ่มที่มากกว่าคู่แข่ง จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่ม อาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ รับประกันที่ดีกว่า สร้างความสะดวกสบาย สร้างความรู้สึกที่ดีบริการที่รวดเร็วทันใจมากกว่า ดีกว่า

6 การสร้างและใช้ฐานข้อมูลทางการตลาด การสร้างฐานข้อมูลทำให้ เรามีข้อมูลของลูกค้าข้อมูลทางการตลาด นักการตลาดยุคใหม่จำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลทางการตลาด วิเคราะห์ แนวโน้ม วิเคราะห์การแข่งขัน การพยากรณ์ความเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และพร้อมหาแนวทางแก้ไขในอนาคตได้อีกด้วย

ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่ง องค์กรต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง 3 ด้าน คือ (porter, m. e., 1990)

1 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (cost leadership) โดยเป็นกลยุทธ์ที่ธุรกิจจะต้องพยายามบริหารต้นทุนในการผลิตและในการบริหาร จัดการภายในองค์กรให้มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งและให้มีต้นทุนที่ต่ำที่สุด เพื่อให้เกิดความ ได้เปรียบ ซึ่งการที่ต้นทุนต่ำลงมากเท่าใด ก็จะหมายถึงกำไรที่เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งกลยุทธ์นี้ เหมาะสำหรับกิจการที่เป็นผู้นำตลาดมีปริมาณการผลิตสูงสุด จึงเหมาะที่จะลงทุนในเทคโนโลยี เพื่อลดต้นทุนและได้ประโยชน์จากการผลิตจำนวนมาก (economy of scale)

2 กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (differentiate strategy) โดยเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการให้ต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการต่างไปจากเดิม ซึ่งในการสร้างความ แตกต่างนี้ จะต้องเน้นที่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดกับสินค้าและบริการด้วยเช่นกัน กลยุทธ์นี้เหมาะ สำหรับธุรกิจใหม่ที่คิดค้นผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่แตกต่างจากเดิมที่ค้าขายหรือบริการที่มีอยู่ใน ท้องตลาด โดยมุ่งทั้งทางด้านการวิจัยพัฒนา การผลิต การตลาด และต้องมีเงินทุนจึงจะสามารถ มีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ได้เปรียบคู่แข่งได้

3 กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (focus strategy) การนำกลยุทธ์ที่กล่าวมา ทั้งการสร้าง ความแตกต่างและการลดต้นทุนไปใช้กับตลาด เฉพาะกลุ่ม ซึ่งเป็นตลาดที่ยังมีขนาดที่ไม่ใหญ่และมี

จำนวนลูกค้าไม่มาก การแข่งขันมีน้อย เหมาะ สำหรับธุรกิจที่มีส่วนแบ่งการตลาดไม่สูงมาก เป็นธุรกิจเจ้าเก่าที่มีตลาดอยู่แล้วควรวพยายาม ให้บริการหรือสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเดิมเพื่อสร้างความผูกพัน ให้เป็นลูกค้าของกิจการ ต่อไปในระยะยาวโดยการมุ่งเน้นทางการตลาด

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า กลยุทธ์ของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์หลัก คือ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งอาจสามารถแยกย่อยออกได้หลายกลยุทธ์ เช่น การสร้างความพึงพอใจของลูกค้ การบริหารสัมพันธ์ภาพกับลูกค้ การสร้างตราผลิตภัณฑ์ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างและใช้ฐานข้อมูลทางการตลาด เป็นต้น

2.2.4 องค์ประกอบของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

พัชลีรี ชมพุก้า (2553) กล่าวว่า การจัดการเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้ ธุรกิจมีความสามารถในการได้เปรียบคู่แข่งทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ธุรกิจมีความจำเป็นต้องมีแนวคิดที่เพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1 ความได้เปรียบในเรื่องต้นทุน (cost competitiveness) ในยุคที่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ทุกคนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลหลากหลายได้ ง่ายขึ้น ไม่เป็นการยากสำหรับผู้บริโภคที่จะตรวจสอบข้อมูลเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการ ก่อนตัดสินใจซื้อธุรกิจใดที่สามารถนำเสนอสินค้าในราคาที่ต่ำจึงมีความได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่า ความได้เปรียบในแง่ต้นทุนนั้นวิธีการหนึ่งคือ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และมีของเสียหรือความเสียหายน้อยที่สุด ซึ่งถึงแม้จะเป็นเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ หากธุรกิจไม่มองข้าม แล้วก็สามารถช่วยประหยัดต้นทุนและสามารถให้ตั้งราคาสินค้าหรือบริการที่ดึงดูดใจลูกค้าได้

2 คุณภาพ (quality) ปัจจุบันลูกค้ามีความต้องการมากขึ้น ไม่เพียงแต่ต้องการสินค้าและบริการที่มีราคาถูก แต่ยังต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ นั่นคือคุณภาพอยู่ที่ความ พึงพอใจของลูกค้ในอดีตที่ผ่านมามองการควบคุมคุณภาพเกิดขึ้นเมื่อสินค้าผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว และได้รับการตรวจสอบข้อมูลตัวเลขดูจำนวนสินค้าที่ชำรุดเสียหายก่อนที่จะถึงมือลูกค้ แต่ใน ปัจจุบันการควบคุมคุณภาพจะเห็น ตั้งแต่ในแนวทาง “ป้องกัน” เพื่อไม่ให้ความเสียหายเกิดขึ้น การใช้แนวคิดของการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (continuous improvement) ทุกด้านของการดำเนินงาน อย่งไรก็ตามไม่เพียงแต่ธุรกิจที่จะผลิตสินค้าเท่านั้นที่จะให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ ธุรกิจในส่วนของการบริการก็เน้นในเรื่องของคุณภาพของบริการเช่นกัน เพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้ อันจะนำมาซึ่งความเป็นหนึ่งของธุรกิจ

3 นวัตกรรม (innovation) นวัตกรรมเป็นการคิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมาโดยไม่จำเป็นต้องเป็นเพียงสินค้าหรือบริการใหม่เท่านั้น แต่ยังสามารถรวมถึงกระบวนการใหม่ในการทำงาน ในปัจจุบันและอนาคตองค์กรอาจจำเป็นต้องมีนวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดความสามารถในการ แข่งขัน สร้างความแตกต่างเกิดขึ้นในธุรกิจ องค์การใหญ่หลายองค์การ การที่องค์การจะได้อมา ซึ่งนวัตกรรมก็คือ จากบุคลากรขององค์การที่มีความคิดสร้างสรรค์ และการทำงานร่วมกันเป็นทีม

4 ความรวดเร็ว (speed) นอกจากราคาและคุณภาพแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ลูกค้าต้องการคือ ความรวดเร็ว ถ้ากำหนดให้ทุกอย่างเท่ากันใครที่เร็วกว่าย่อมเป็นผู้ชนะ ไม่ว่าจะเป็ความรวดเร็วใน การคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความเร็วในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ความเร็วในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า ความรวดเร็วจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็น อย่างดี โดยเฉพาะเมื่อธุรกิจเร็วกว่าคู่แข่ง บางธุรกิจใช้ความเร็วเป็นจุดขาย

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ความได้เปรียบในเรื่องต้นทุน คุณภาพ นวัตกรรม และความเร็ว ซึ่งผู้บริหารควรมีการกำหนดทุกองค์ประกอบเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและ เป็นรูปธรรม

2.2.5 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับแผนธุรกิจ

โมเดลธุรกิจ คือ เครื่องมือทางความคิดที่ประกอบด้วย การแสดงถึงองค์ประกอบต่างๆ และ ธรรมชาติหรือความ เป็นเหตุเป็นผลในการดำเนินการขององค์กร ซึ่งจะพรรณนาถึงคุณค่าของธุรกิจที่เสนอ ต่อลูกค้า โครงสร้างขององค์กรและการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับหุ้นส่วนธุรกิจ การสร้าง การส่งมอบ คุณค่า และความสัมพันธ์ของการลงทุนในการสร้างผลกำไรและกระแสรายรับอย่างยั่งยืน (ศศิ คล่องพยาบาล, 2550) ซึ่ง รัชนิกร ตรีสมุทรกุล (2558) ได้อธิบายว่า จากการทบทวนงานวิจัยใน อดีตที่ผ่านมาพบว่า โมเดลธุรกิจมีอยู่หลากหลาย รูปแบบขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำเนินงานของ อุตสาหกรรมนั้นว่าจะนำองค์ประกอบอะไรไปปรับใช้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมมากที่สุด จะเห็นว่าทุก อุตสาหกรรมนำเอาองค์ประกอบของ business model canvas ไปปรับใช้ในแต่ละอุตสาหกรรม โดย ประยุกต์ให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบการ ดำเนินงานของอุตสาหกรรมนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาด ใหญ่อย่างธุรกิจสายการบิน หรือองค์กร ขนาดเล็กอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างก็ให้ ความสำคัญกับการวางแผนโมเดลธุรกิจ ทุก องค์กรมองว่าการวางแผนโมเดลธุรกิจจะทำให้เราเข้าใจธุรกิจ ที่เรากำลังดำเนินการอยู่และสามารถหา ช่องทางเพื่อสร้างรายได้และขีดความสามารถในการแข่งขัน โดย โมเดลธุรกิจที่ดีที่สุดจากการทบทวน วรรณกรรมจะเห็นได้ว่าหลายๆ องค์กรเลือกที่จะใช้ business model canvas เป็นโมเดลตั้งต้นใน การออกแบบโมเดลธุรกิจของตนเอง เนื่องจาก business model canvas ถูกออกแบบมาให้สามารถ มองเห็นภาพของธุรกิจได้อย่างครบถ้วนชัดเจน ซึ่งประกอบด้วยส่วน หลักๆ 9 กล้อง ดังนี้ 1 value propositions คุณค่าของสิ่งที่เราขายอยู่คืออะไร 2 customer segment กลุ่มลูกค้าของเราคือใคร 3 channels ช่องทางการทำตลาด ใช้ช่องทางไหน 4 customer relationships เรามีช่องทางสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร 5 revenue streams วิธีการหารายได้ ของเราเป็นอย่างไร 6 key resource ทรัพยากรของบริษัทเราคืออะไร 7 key activities กิจกรรมหลัก ของตัวองค์กรเราทำอะไร 8 key partners ใครคือพันธมิตรทางการค้าของเรา และ 9 cost structure ค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจคืออะไร

osterwalder (2005) ผู้ที่คิดค้น the business model canvas ขึ้นมาได้ กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของ business model canvas มีองค์ประกอบที่สำคัญเหมาะสำหรับนำไป สร้างนวัตกรรม โมเดลธุรกิจ (business model innovation) นอกจากนี้ แต่ละองค์ประกอบของ business model canvas ยังมีความเป็นกลางและมีความครอบคลุมสามารถนำไปใช้ได้กับทุกอุตสาหกรรมอีกด้วย ต่อมาในปี 2009 osterwalder and pigneur ได้ในคำจำกัดความของ business model canvas เพิ่มขึ้นไปอีก ว่า business model canvas นี้เป็นเสมือนเครื่องมือที่ช่วย ในการวางแผนธุรกิจซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพ (visualizing) ได้อย่างครบถ้วนทุกมุม ช่วยในการกำหนด ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ประเมินความสำเร็จของ แผนงานและเลือกรูปแบบธุรกิจ (business model) ที่มี ประสิทธิภาพและเหมาะสมกับธุรกิจ โดย business model canvas แบ่งโครงสร้างในการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ออกเป็น 9 กล่อง (building block) ซึ่งทั้ง 9 กล่องนี้ มีความเกี่ยวข้องต่อเนื่องกัน และช่วยให้ธุรกิจเห็นภาพได้อย่าง ครบถ้วนชัดเจน the business model canvas ประกอบด้วยส่วน หลักๆ คือ ลูกค้า สินค้า/บริการของ ธุรกิจ โครงสร้างของธุรกิจ และความอ่อนไหวทางการเงิน business model canvas เปรียบเสมือนพิมพ์เขียวของยุทธวิธีดำเนินการผ่านโครงสร้างองค์กร กระบวนการและระบบ ซึ่งจะช่วยในการวางแผนธุรกิจ อย่างรอบด้าน โดยส่วนประกอบทั้ง 9 ส่วนของโมเดล สามารถอธิบายได้ ดังต่อไปนี้ (รัชนิกร ตรีสมุทรรกุล, 2558)

1 คุณค่าของสินค้า/บริการที่น่าเสนอ (value proposition) คือ การระบุว่า สินค้า/บริการของธุรกิจสร้างคุณค่าอย่างไรสำหรับลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้าเลือกสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์ของเรา แทนที่จะเลือกของคู่แข่ง คุณค่าของสินค้า/บริการ อาจเป็นนวัตกรรมหรือการ นำเสนอสิ่งใหม่หรือมีการ เพิ่มคุณสมบัติพิเศษที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น ตัวอย่างสิ่งที่เป็นคุณค่ากับลูกค้า อาทิ ความแปลกใหม่ คุณภาพของสินค้า/บริการ การออกแบบสินค้า/บริการได้ตามความต้องการเฉพาะลูกค้าแต่ละราย ภาพลักษณ์ของแบรนด์ กลยุทธ์ด้านราคา การลดต้นทุน การลดความเสี่ยง ความสะดวกในการเข้าถึง สินค้า/บริการ ง่ายต่อการใช้งาน เป็นต้น

2 กลุ่มลูกค้าหลัก (customer segments) คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ ต้องการ เข้าถึง การระบุกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้องเป็นหัวใจสำคัญของการทำ business model กลุ่มเป้าหมายต้อง เป็นกลุ่มที่ทำเงินให้ธุรกิจ การระบุกลุ่มเป้าหมายสามารถระบุได้จากความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และคุณลักษณะอื่นๆ กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนทำให้ธุรกิจสามารถ นำเสนอสินค้าและบริการได้ ตรงกับความต้องการของลูกค้า

3 สายสัมพันธ์ลูกค้า (customer relationships) คือ การที่ธุรกิจระบุ รูปแบบของ สัมพันธ์ภาพที่ต้องการมีกับลูกค้าซึ่งมีระดับที่แตกต่างกัน ตั้งแต่การใช้เครื่องตอบรับหรือ เครื่องทำงาน อัตโนมัติ ไปจนถึงการใช้บุคลากรที่มีความละเอียดอ่อนและให้ความสำคัญกับลูกค้า นอกจากนั้นต้องมีการ สร้างกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย (ลูกค้า) เพื่อให้เกิด การรับรู้และจดจำตรา สินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น การทำโฆษณาผ่านสื่อหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสร้างการรับรู้ ในตราสินค้าแก่ผู้บริโภคในวงกว้างภายในระยะเวลาสั้นๆ หรือการจัด กิจกรรมตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค

เฉพาะกลุ่ม อาทิ การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด การส่งเสริม การขาย การจัดโรดโชว์สร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า (crm : customer relationship management)

4 ช่องทางการเข้าถึง (channels) คือ ช่องทางในการสื่อสาร ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการขาย ช่องทางการตลาด ที่บริษัทใช้ในการสื่อสารและติดต่อกับลูกค้า ช่องทาง เหล่านี้เป็น ประโยชน์ต่อธุรกิจในการ เช่น การสร้างความตระหนักรู้ในสินค้า/บริการของบริษัท การที่ลูกค้าสามารถ ประเมินคุณค่าของสินค้า/บริการของบริษัท การเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถระบุความต้องการที่ เฉพาะเจาะจง การที่บริษัทสามารถถ่ายทอดคุณค่าของสินค้า/บริการผ่านช่องทางเหล่านี้ และการช่วยให้ บริษัทสามารถให้บริการหลังการขายกับลูกค้า ดังนั้น การเลือกส่วนผสมของช่องทางที่ลงตัวและเข้าถึง ลูกค้าเป้าหมายจึงมี ความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างมากต่อธุรกิจ นอกจากนั้นช่องทางการทำตลาด ควรมีทั้งแบบ ออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อจะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากที่สุด

5 รูปแบบรายได้ (revenue streams) คือ เงินสดที่ธุรกิจจะได้รับหลังหัก ค่าใช้จ่ายแล้ว ในแผนธุรกิจลูกค้าเปรียบเสมือนหัวใจ กระแสรายรับก็คือเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงหัวใจ ธุรกิจต้องถามตัวเอง ว่า คุณค่าอะไรที่ลูกค้ายินดีจ่ายเงิน คำตอบที่ถูกต้องจะสามารถช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการดึง เงินจากลูกค้า กระแสรายรับอาจเป็นการที่ลูกค้าซื้อสินค้า/บริการเพียง ครั้งเดียว หรือเกิดจากการซื้อซ้ำ การซื้อบริการต่อเนื่อง หรือการซื้อบริการหลังการขาย

6 ทรัพยากรที่มี (key resources) คือ ทรัพยากรที่สำคัญขององค์กรมี ความสำคัญต่อ การทำให้แผนธุรกิจสัมฤทธิ์ผล ทรัพยากรต่างๆ ได้แก่ ทรัพยากรทางกายภาพ ประกอบด้วย อุปกรณ์ต่างๆ ที่เป็นรูปธรรม อาทิ เครื่องจักร ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรสินทางปัญญา และทรัพยากรบุคคล เป็นต้น

7 กิจกรรมหลักที่ทำ (key activities) คือ การระบุกิจกรรมสำคัญๆ ที่ธุรกิจ ต้อง ดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ กิจกรรมหลัก ได้แก่ การผลิต การให้บริการ สินค้า/บริการที่ แก้ปัญหาให้ลูกค้า การสร้างเวทีของธุรกิจ การสร้างเครือข่าย เป็นต้น

8 หุ้นส่วนหลัก (key partners) ในการทำธุรกิจทุกวันนี้การสร้างหุ้นส่วนทาง ธุรกิจเป็น สิ่งสำคัญและจำเป็น ข้อดีของการมีหุ้นส่วนทางธุรกิจ คือ เพื่อประโยชน์สูงสุดของธุรกิจเพื่อ ลดความเสี่ยง และเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรในทางธุรกิจ โดยหุ้นส่วนทางธุรกิจมีหลายประเภท เช่น พันธมิตรทางธุรกิจ การร่วมหุ้นเพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ และพันธมิตรคู่ค้า ได้แก่ buyer – supplier

9 โครงสร้างต้นทุน (cost structure) คือ โครงสร้างด้านต้นทุน รวมถึง ต้นทุนทั้งหมดที่ จะเกิดขึ้นในการดำเนินการตามรูปแบบธุรกิจที่บริษัทกำหนด อาทิ ต้นทุนในการสร้าง คุณค่าสินค้า/ บริการ ต้นทุนในการรักษาลูกค้า ต้นทุนด้านทรัพยากร ต้นทุนในการให้บริการ เป็นต้น ซึ่งการคำนวณ ต้นทุนสามารถคำนวณได้จากกิจกรรมต่างๆ ที่ระบุใน ทรัพยากรที่มี กิจกรรมหลักที่ทำและหุ้นส่วนหลัก

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า การวางแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจ ธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่อย่างเป็นระบบและรอบด้าน ซึ่งถือเป็นกระบวนการสำคัญประการหนึ่งในการ สร้างรายได้และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ทั้งนี้ การใช้แผนธุรกิจตามแนวคิดของ business model canvas นั้น สามารถช่วยมองเห็นภาพของธุรกิจได้อย่างครบถ้วนชัดเจน โดย

ประกอบด้วย 9 ประเด็น คือ 1. value propositions คุณค่าของสิ่งที่เราขายอยู่คืออะไร 2. customer segment กลุ่มลูกค้าของเราคือใคร 3. channels ช่องทางการทำตลาด ใช้ช่องทางไหน 4. customer relationships เรามีช่องทางสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร 5. revenue streams วิธีการหารายได้ของเราเป็นอย่างไร 6. key resource ทรัพยากรของบริษัทเราคืออะไร 7. key activities กิจกรรมหลักของตัวองค์กรเราทำอะไร 8. key partners ใครคือพันธมิตรทางการค้าของเรา และ 9. cost structure ค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจคืออะไร ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบการวิจัยด้วยการนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเครื่องมือการวิจัยเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วอย่างเป็นระบบ

2.2.6 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับห่วงโซ่แห่งคุณค่า

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น การสร้างความแตกต่าง การมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ และการเจาะจงในตลาดก็คือกระบวนการสำคัญเชิงกลยุทธ์ ซึ่งกระบวนการทำงานที่มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันอย่างครอบคลุมและครบถ้วนก็เปรียบเสมือนกับ หัวใจแห่งความสำเร็จ ประการหนึ่ง โดย พสุ เดชะรินทร์ และ พัทธ์ธีรผจ วัฒนสินธุ์ (2542) ได้อธิบายว่า ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain model) ก็คือกระบวนการทำงานในด้านต่างๆ ขององค์กร ซึ่งตัวแบบห่วงโซ่แห่งคุณค่าแบ่งออกเป็น กิจกรรมใน 2 ลักษณะ คือ 1 กิจกรรมหลัก (primary activities) ซึ่งเป็นกิจกรรม ที่ธุรกิจได้ดำเนินงานให้เกิดสินค้าหรือบริการเพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้า ประกอบด้วย การนำเข้าและ เก็บวัตถุดิบ การผลิตสินค้า การจัดส่งและบริหารคลังสินค้า การตลาดและการขายสินค้า และการให้บริการหลังการขาย 2 กิจกรรมสนับสนุน (support activities) เป็นกิจกรรมที่องค์กรดำเนินงาน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย การจัดซื้อ การบริหารทรัพยากรบุคคล การวิจัยและพัฒนา การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร และการบริหารโครงสร้าง พื้นฐานขององค์กร เช่น การเงินและการบัญชีและการจัดการทั่วไปในองค์กร เป็นต้น

ทั้งนี้ เป้าหมายของการจัดการห่วงโซ่แห่งคุณค่า คือ ผู้ที่มีความสำคัญที่สุดที่แท้จริงในขั้นตอนต่าง ๆ ของห่วงโซ่แห่งคุณค่าไม่ใช่ ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (suppliers) ที่มีอิทธิพลต่อราคาและคุณภาพของวัตถุดิบหรือผู้ผลิต (manufacturer) ซึ่งเป็นผู้ปรับเปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นสินค้าหรือบริการ หรือผู้จัดจำหน่าย (distributor) ซึ่งเป็นผู้ให้ ความสะดวกนำเสนอสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้า แต่ในการจัดการห่วงโซ่แห่งคุณค่าผู้ทรงอิทธิพล ที่สุดคือลูกค้านั่นเอง ลูกค้าเป็นผู้กำหนดคุณค่าของสินค้าหรือบริการจากความต้องการของตน โดยผู้บริหารองค์การธุรกิจมีหน้าที่ต้องดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างและนำเสนอสินค้าหรือ บริการที่มีคุณค่าตามที่ลูกค้ากำหนด (วีรัช สงวนวงศ์วาน, 2550) ซึ่ง การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (value chain analysis) จะเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ ต่อเนื่องเหมือนลูกโซ่ เพื่อมอบคุณค่าทั้งหมดให้ผู้บริโภค โดยแต่ละกิจกรรมมีส่วนช่วยให้เกิด value added (การเพิ่มคุณค่า) เป็นช่วงๆ นับตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย จนถึง การนำสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค โดยคำว่า customer value เกิดจาก 3 แหล่ง คือ กิจกรรมที่ทำให้ ผลิตภัณฑ์ (product) มีความแตกต่าง กิจกรรมที่ทำให้ต้นทุนลด

ต่ำลง (lower cost) และกิจกรรมสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว (quickly) (พสุ เดชะรินทร์ และ พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์, 2542)

generic value chain แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมทั้งหมดขององค์กรแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ primary และ support activities (ซึ่งทั้ง primary and support เป็นตัวกำหนดคุณค่าทั้งหมด ของบริษัทที่ส่งมอบให้ลูกค้า การที่บริษัทแยกกิจกรรมของบริษัทออกเป็นหน่วยย่อย ทำให้สามารถ ประเมิน แต่ละกิจกรรมโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้ว่าบริษัทเราดำเนินการเป็นอย่างไร เช่น ต้นทุน ต่ำกว่า คุณภาพดีกว่า ส่งมอบได้รวดเร็วกว่า (พสุ เดชะรินทร์ และ พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์, 2542)

กิจกรรมหลัก (primary activity) หน้าที่ตามสายงาน line function เกี่ยวข้องกับ การผลิต และ บริการโดยตรง รวมถึงการตลาด การขนส่ง และบริการหลังการขาย ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ

1 inbound logistics การนำเข้าวัสดุการผลิต เป็นการวิเคราะห์ในด้านการสั่งซื้อ วัตถุดิบ การจัดเก็บวัตถุดิบ การควบคุมการใช้วัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต การควบคุมสินค้าคงคลัง ตารางการขนส่งวัตถุดิบ

1.1 การจัดเก็บวัตถุดิบที่ดี จะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ supplier จะทำให้องค์กรสามารถใช้หลัก jit ทำให้อัตราการใช้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีความต่อเนื่อง จัดเก็บเพียงปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิตเท่านั้น จะทำให้ไม่ต้องเก็บวัตถุดิบในปริมาณมากๆ ในคลังซึ่งจะทำให้เปลือง พื้นที่ในการจัดเก็บ หากการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ลดต้นทุน cost reductions ได้ และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต increased productivity จะทำให้เป็นจุดแข็งขององค์กร

1.2 การวางแผนการควบคุมการใช้วัตถุดิบที่ดีมีประสิทธิภาพจะทำให้ลด ต้นทุน และของเสียน้อยลงให้เหลือปริมาณน้อยที่สุด zero defect ทำให้ประหยัดต้นทุนเป็นจุด แข็งขององค์กร

1.3 การขนส่งวัตถุดิบสู่โรงงานผลิต สามารถกระทำได้อย่างต่อเนื่องและทันเวลา ไม่ทำให้กระบวนการผลิตหยุดชะงัก โดยการใช้หลัก logistic strategy องค์กรสามารถประหยัดต้นทุนได้เป็นจุดแข็ง = s

2 operations การแปรรูปวัตถุดิบเป็นสินค้าสำเร็จรูป เป็นการวิเคราะห์การเพิ่ม คุณค่า value advantage ให้กับสินค้าและบริการในด้านการเลือกทำเล กระบวนการผลิต การวางแผน โรงงาน การติดตั้งเครื่องจักร การซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร การวางแผนการผลิต กำล้างการผลิต การทดสอบผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด การบรรจุหีบห่อ จะช่วย ให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น สามารถตอบสนองได้รวดเร็ว

2.1 การเลือกทำเล ควรคำนึงการประหยัดกำลังแรงงาน การขยายโรงงาน การขนส่ง ภาษี สินค้าสำเร็จรูป

2.2 สินค้าที่เหมือนกัน กับสินค้าที่ต่างกัน โดยที่สินค้าที่เหมือนกัน (low cost) สินค้าที่ต่างกัน (differentiation) จะขึ้นอยู่กับปัจจัย

3 outbound logistic เป็นการวิเคราะห์การจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปในคลังสินค้า การขนส่ง การส่งมอบและการกระจายสินค้า โดยคำนึงถึงต้นทุนในการจัดเก็บสินค้า การบริหาร คลังสินค้าที่ดีเป็นจุดแข็งขององค์กร โดยการพิจารณาระหว่างการเช่าคลังสินค้า หรือการสร้าง คลังสินค้าเอง โดยสิ่งใดมีผลตอบแทนคุ้มค่ามากกว่ากันและประหยัดต้นทุนมากที่สุดจะทำให้เป็น จุดแข็งขององค์กร (ถ้ามีประสิทธิภาพจะช่วยลดต้นทุนการจัดจำหน่าย)

การกระจายสินค้า การนำเทคโนโลยีมาใช้ควบคู่กันการใช้ logistic ที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นจุดแข็งขององค์กร โดยการกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ในลักษณะ mass distribution ทำให้ต้นทุนขององค์กรลดลง (ถ้า inbound-operation-outbound logistic เป็นจุด แข็งทั้ง 3 ตัว เกิด core competency แบบ low cost leadership)

4 marketing การตลาด ต้องทราบ concept marketing ซึ่งการเขียนการตลาดต้องเกี่ยวข้องกับเรื่อง 4p's เป็นตัวกำหนดขอบเขตการแข่งขันที่สำคัญ ต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยี หรือ การ r&d (technology development) (core competency จากการ differentiation ขึ้นอยู่กับ ตำแหน่งฐานะ จุดแข็ง จุดอ่อนของธุรกิจ จึงจะกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้เหมาะสม)

5 service การบริการ เป็นกิจกรรมที่สำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ตั้งแต่ การติดตั้ง การซ่อมแซม การจัดอบรมให้ความรู้กับลูกค้า การจัดหาอะไหล่ การให้ความเป็นมิตร พร้อมตอบปัญหาข้อเรียกร้องทันทีเป็นอาวุธที่สำคัญในการแข่งขัน (competitive weapon) เพราะ ลูกค้ามองเห็นรู้สึกได้ทันที ถ้าลูกค้าประทับใจ ชอบ จะกลับมาซื้อซ้ำ

กิจกรรมสนับสนุน support activity เป็นงานที่ทำหน้าที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือกิจกรรมหลักของบริษัททั้งหมด (staff function) แบ่งเป็น 4 อย่าง (การจัดซื้อ/การพัฒนา เทคโนโลยีการจัดการทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐาน)

1 firm infrastructure การจัดการ โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ประกอบด้วย การเงิน บัญชี กฎหมาย ระบบข้อมูล กิจกรรมเหล่านี้ช่วยเพิ่มคุณค่าให้บริษัท ช่วยสร้างความ แข็งแกร่ง ทางด้านการแข่งขัน

1.1 การเงิน financial ดูที่ ratio

1.2 มี weighted average cost of capital: wacc ต่ำ เป็นจุดแข็ง มีมูลค่าหุ้น สูงสุดเป็นจุดแข็ง มีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเหมาะสมเป็นจุดแข็ง

1.3 การลงทุน

1.4 การจ่ายเงินปันผล

1.5 การจัดการ management (planning, organizing, leading, controlling)

2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (human resource management = hrm) มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มvalue - adding activities ทุกชนิดในบริษัท การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ ประสบความสำเร็จถือเป็นปัจจัยหลักสำคัญ key factor ที่จะกำหนด s ของบริษัท

- 2.1 การวางแผนกำลังคนที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และอนาคต เป็น s
 2.2 การสรรหา คัดเลือก ให้ได้คนที่มีประสิทธิภาพ เป็น sไม่มีประสิทธิภาพ เป็น w
- 2.3 การปฐมนิเทศไม่มีประสิทธิภาพ เป็น w (ไม่บอกประวัติบริษัท ไม่บอกข้อปฏิบัติในการเข้าไปในเขตอันตราย เช่น ต้องใส่หมวก ใส่ถุงมือ ใส่รองเท้ายางกันลื่น ดังดับเพลิงและ ทางหนีไฟอยู่บริเวณใด)
- 2.4 การประเมินผลอย่างยุติธรรม เสมอภาค มีหลักเกณฑ์เป็นที่ยอมรับของพนักงาน เป็น s
- 2.5 การฝึกอบรม พัฒนาพนักงาน ให้เพิ่มทักษะความสามารถอย่างสม่ำเสมอ เป็น s
- 2.6 การบริหารเงินเดือน ค่าจ้าง ที่ยุติธรรม เป็น s
 2.7 การร้องทุกข์ของพนักงานและการลงโทษที่ยุติธรรม เป็น s
 2.8 มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (job description) อธิบายว่า งานนี้ใครรับผิดชอบ รับผิดชอบอะไร

3 การพัฒนาเทคโนโลยี หรือการ r&d (technology development) การออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ product development การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต พัฒนาเทคนิคการประกอบใหม่ๆ รวมถึงการบรรจุหีบห่อ การออกแบบผังโรงงานใหม่ เพื่อลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนหรือล่าช้า เป็นการเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ เพิ่มขีดความสามารถ ของบริษัท เป็นการสร้าง value added เพิ่มขึ้น

3.1 ถ้ามีการพัฒนาเทคโนโลยีหรือการ r&d (technology development) สินค้า จะเป็น differentiation มีสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดสม่ำเสมอตามความต้องการของลูกค้า เป็น s

3.2 มีการพัฒนาเทคโนโลยี หรือการ r&d (technology development) ในการผลิตที่ใช้ low cost เพื่อต้นทุนต่ำ โดยการนำระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร (management information system : mis) ส่วนด้าน logistic ใช้การวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กร โดยรวม (enterprise resource planning : erp) เป็น software ที่คำนวณเกี่ยวกับการขนส่ง เป็น s

4 การจัดซื้อ procurement ประกอบด้วย การซื้อสินค้าเข้าทั้งหมด ที่ต้องใช้ในกระบวนการผลิต จัดซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ เครื่องจักร วัสดุสิ้นเปลือง ที่ดิน อาคาร เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ supplier เพื่อให้ได้สินค้าในราคาที่เหมาะสม และคุณภาพที่ดี (การหมั่น ตรวจสอบ ความถูกต้อง เพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้ต้นทุนลด กำไรเพิ่มขึ้น) การจัดหาอาจ ไม่ใช่การซื้อเท่านั้น การขอ หรือการยืมมาก็ได้เพราะทำให้ low cost ได้

พัทตร์มจจ วัฒนสินธุ์ และ พสุ เดชะรินทร์ (2542) กล่าวว่า ตัวแบบห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain model) หมายถึง กระบวนการทำงานในด้านต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งตัวแบบห่วงโซ่ แห่งคุณค่าแบ่งออกเป็นกิจกรรม 2 ลักษณะ คือ กิจกรรมหลัก (primary activities) ซึ่งเป็นกิจกรรม ที่ธุรกิจได้

ดำเนินงานให้เกิดสินค้าและบริการเพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้า ประกอบด้วย การนำเข้า และจัดเก็บวัตถุดิบ การดำเนินงานเพื่อแปรรูปสินค้า การจัดส่งและการบริหารคลังสินค้า การตลาดและการขายสินค้า และการให้บริการหลังการขาย และ กิจกรรมสนับสนุน (support activities) เป็นกิจกรรมที่องค์กรดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกิจกรรมหลัก ประกอบด้วย การจัดซื้อ การบริหารทรัพยากรบุคคล การวิจัยและพัฒนา การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร และการบริหารโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร เช่นการเงินและการบัญชี การจัดการทั่วไปในองค์กร เป็นต้น การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain analysis) จะช่วยให้ผู้ศึกษาทราบถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร นอกจากนั้นยังสามารถใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ความสามารถภายในองค์กรเพื่อให้พิจารณาว่า การดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมขององค์กรนั้นเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อน ต้องมีการปรับปรุงในส่วนใดบ้าง เพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่ต่าง ๆ มีความสอดคล้องกัน รวมทั้งพิจารณาแต่ละ กิจกรรม ที่ก่อให้เกิดคุณค่าและผลตอบแทน (margin) ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งแต่ละกิจกรรม ประกอบด้วย

กิจกรรมหลักของตัวแบบห่วงโซ่แห่งคุณค่า ประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้

1 การนำเข้าและจัดเก็บวัตถุดิบ (inbound logistics) ประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับเข้า ได้แก่ การขนส่ง การจัดเก็บ การแจกจ่ายวัตถุดิบ และปัจจัยนำเข้า ต่าง ๆ การจัดการและการควบคุมวัตถุดิบคงคลัง

2 การดำเนินงานเพื่อแปรรูปสินค้า (operations) ประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบต่าง ๆ ให้ออกมาเป็นสินค้า (transforming inputs into final product) เพื่อให้พร้อมขายและการบรรจุหีบห่อ รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมเพื่อเตรียมการขาย สินค้าให้แก่ผู้บริโภค

3 การจัดส่งและการบริหารคลังสินค้า (outbound logistics) ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่เสร็จแล้วไปยัง ผู้บริโภค การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง

4 การตลาดและการขายสินค้า (marketing and sales) ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชักจูง ให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ การเลือกสรรช่องทางการ จัดจำหน่าย การกำหนดราคาขาย การสร้างเครือข่ายลูกค้า และการส่งเสริมการขาย

5 การบริการ (service) ประกอบด้วยกิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าหรือการบำรุงรักษาสินค้า รวมทั้งการบริการหลังการขาย

สำหรับกิจกรรมสนับสนุนของตัวแบบห่วงโซ่แห่งคุณค่า นั้นประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1 การจัดหา/จัดซื้อ (procurement) ประกอบด้วยกิจกรรมหรือหน้าที่ในการจัดหาจัดซื้อสินค้า เพื่อนำมาใช้ในกิจกรรมหลัก

2 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร (technology development) ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้แก่ตัวสินค้าหรือกระบวนการ เช่น กิจกรรม 6 ด้าน การวิจัยและพัฒนา การแสวงหาเทคโนโลยีจากแหล่งต่าง ๆ การวิจัยด้านการตลาด เทคโนโลยี ด้านการผลิต เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

3 การบริหารทรัพยากรบุคคล (human resource management) ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่การวิเคราะห์ ความต้องการ ด้านบุคลากรในด้านต่าง ๆ เพื่อให้มีจำนวนที่เหมาะสมกับภาระงาน การสรรหาและการ คัดเลือก การฝึกอบรมก่อนการปฏิบัติงาน การบริหารเงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการ

4 การบริหารโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (firm infrastructure) ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปในองค์กร ได้แก่ การจัดทำระบบบริหาร คุณภาพระดับองค์กร การบริหารด้านการเงิน การวางแผนในธุรกิจค้าปลีกการจัดจำหน่าย สินค้าเคหะภัณฑ์ รวมไปถึงการวางแผนจัดหาสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด การ วางแผนการซื้อสินค้า รวมไปถึงแผนการจัดการสินค้าคงคลัง

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า ท่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain model) คือกระบวนการทำงานในองค์กรที่สำคัญประการหนึ่งในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยออกเป็นกิจกรรมใน 2 ลักษณะ คือ กิจกรรมหลัก (primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (support activities) เพื่อการส่งมอบคุณค่าทั้งหมดให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าอย่างเป็นระบบ ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบการวิจัยด้วยการนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเครื่องมือการวิจัย เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วอย่างเป็นระบบ

2.2.7 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับการตลาดดิจิทัล

การทำธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการผสมผสานการใช้เทคโนโลยีเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการ เพื่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ซึ่ง ณัฐพล ไยไพโรจน์ (2558) ได้อธิบายว่า อิทธิพลของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีทั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและอุปกรณ์ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา ส่งผลให้การตลาดแบบ ดิจิทัลมีความสำคัญ ซึ่งหมายถึงความอยู่รอดของธุรกิจนั้นๆ การตลาดดิจิทัลมีเครื่องมือหลากหลายให้ นักการตลาดเลือกนำไปใช้วางกลยุทธ์ทางการตลาด หากเลือกใช้เครื่องมือที่หลากหลายและเหมาะสม ก็จะทำให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น โดย wertime & fenwick (2008) ได้ให้ความหมายของ การตลาดดิจิทัล ว่า คือ “พัฒนาการของ ตลาดในอนาคตเกิดขึ้นเมื่อบริษัทดำเนินงานทางการตลาดส่วนใหญ่ผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัล สื่อ ดิจิทัลเป็นสื่อที่มีรหัสระบุตัวผู้ใช้ได้ จึงทำให้นักการตลาดสามารถสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องเป็นรายบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละ คนในแต่ละครั้งเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์กับลูกค้าคนต่อไป ต่อเนื่องและสอดคล้องกันเหมือนการทำงานของเครือข่ายเซลล์ประสาทสั่งการ นักการตลาดสามารถนำข้อมูลที่ทราบแบบเรียลไทม์นี้ รวมทั้งความคิดเห็นที่รับตรงจากลูกค้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในโอกาสต่อไป

เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภคและเป็นช่องทางที่สร้างโอกาสสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ หลักสำคัญอยู่ที่การเลือกใช้ เครื่องมือ

การตลาดดิจิทัลที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคในยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเครื่องมือ การตลาดดิจิทัลที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป มีดังนี้ (พรพรรณ ตาลประเสริฐ, 2561)

2.1.3.1 เว็บไซต์ (website & landing page)

เป็นเหมือนหน้าร้านที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ ชื่อเสียง คุณภาพ ความไว้วางใจ และความมั่นใจ เว็บไซต์ยังสามารถรวมกับเครื่องมือทางการตลาด เป็นการเพิ่ม ช่องทางการสื่อสาร การเก็บรวบรวมข้อมูล และสร้างเครือข่ายของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มากขึ้น ซึ่ง หน้าแรกของเว็บไซต์มีจุดประสงค์ คือ เชิญชวนสมัครสมาชิก เชิญชวนรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็น ลีดกลางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อแจ้งโปรโมชั่น และเพื่อขายสินค้า

2.1.3.2 การตลาดเชิงเนื้อหา (content marketing)

การตลาดเชิงเนื้อหาเป็นส่วนผสมสำคัญสำหรับเครื่องมือทางการตลาดทุกชนิดทั้ง offline หรือ online เนื้อหาต้องมีสาระและความบันเทิงควบคู่ไปพร้อมๆ กัน โดยเนื้อหาที่ดีต้อง มีความสร้างสรรค์ ให้ข้อมูล ความรู้ และความบันเทิง เชิญชวนกลุ่มเป้าหมายแสดงพฤติกรรมบางอย่าง เช่น การตัดสินใจซื้อหรือการสมัครสมาชิก เป็นต้น ใช้คำศัพท์ที่ถูกต้อง เนื้อหาเชื่อมโยงสินค้าและ บริการอย่างแนบเนียน ไม่เยิ่นเย้อ และใช้คีย์เวิร์ดช่วยในเรื่องการครองหน้าแรก (seo) ซึ่งการตลาดเชิงเนื้อหา มีจุดประสงค์ คือ สร้างการรับรู้ต่อตราสินค้า สร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ไขข้อข้อง ใจในเรื่องต่างๆ สร้าง traffic เว็บไซต์ เพื่อกระตุ้นยอดขาย และอื่นๆ

2.1.3.3 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail marketing)

การทำการตลาดผ่านอีเมล เช่น อีเมลข่าวสาร โปรโมชั่น ส่วนลดพิเศษเฉพาะลูกค้า หรือ สมาชิก เป็นช่องทางในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งมีข้อดีคือ ต้นทุนต่ำ สื่อสารได้รวดเร็ว กับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เป็นการสื่อสารแบบสองทางสามารถโต้ตอบลูกค้าได้ รักษาความสัมพันธ์อัน ดี สร้างความประทับใจ สร้าง traffic และกระตุ้นยอดขาย

2.1.3.4 ครองหน้าแรก (search engine optimization : seo)

การติดอันดับของเว็บไซต์ในรายการเครื่องมือค้นหาหน้าแรกๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย เห็นเว็บไซต์ และได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เมื่อคลิกชมเป็นอันดับแรก การเข้าถึงสินค้าและ บริการ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น

2.1.3.5 สื่อสังคม (social media marketing)

การทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการสื่อสังคม เช่น facebook, twitter, pinterest, google+ เป็นต้น เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ช่วยตอบสนองต่อ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งสื่อสังคมเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและอิทธิพล ต่อกลุ่มผู้บริโภค เป็นอย่างมาก

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการตลาดดิจิทัล เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภคและเป็นช่องทางที่สร้างโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นการ

สร้างและสื่อสารทาง เว็บไซต์ การสร้างการตลาดเชิงเนื้อหา การทำการตลาดผ่านจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ การครองหน้าแรกของเว็บไซต์ และการสื่อสารสังคมผ่านเว็บไซต์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบการวิจัยด้วยการนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเครื่องมือการวิจัยเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วอย่างเป็นระบบ

2.2.8 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับเส้นทางของผู้บริโภค

การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในปัจจุบันคือการให้ความสำคัญกับเส้นทางของผู้บริโภค (customer journey) ซึ่ง สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2561) ได้อธิบายว่าปัจจุบันที่หลายองค์กรต้องเผชิญกับภัยคุกคามจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (digital disruption) จึงทำให้ธุรกิจนั้นต้องปรับตัว แต่การจะปรับตัวได้นั้น ก็ต้องมีการศึกษาหรือวิเคราะห์แผนที่เส้นการเดินทางของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลก่อน เพื่อให้การปรับกลยุทธ์ใหม่นั้น ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

เส้นทางของผู้บริโภค (customer journey) คือ เส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับ องค์กรหรือตราสินค้า ตั้งแต่ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และ หลังการซื้อสินค้าหรือบริการ ทำให้ธุรกิจสามารถพัฒนา กลยุทธ์หรือวิธีการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคให้ได้มากขึ้น และสามารถวางแผนกลยุทธ์ ทางการตลาดในอนาคตทั้งการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภค สนใจในสินค้าและบริการ การพัฒนาสินค้าและบริการ ให้ตอบโจทย์ความต้องการ และการสร้างความพึงพอใจ หลังการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (fIom, 2011) แต่เมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคสามารถเข้าถึง อินเทอร์เน็ตได้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น ธุรกิจต่างๆ เอง ก็ปรับตัวด้วยการทำการค้าและการตลาดออนไลน์มากขึ้น จึงยังเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมากขึ้น ตั้งแต่ก่อนการซื้อ ระหว่างซื้อ และหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ (ayanso, 2015) โดยเส้นทางของผู้บริโภคผ่านสื่อดิจิทัล (digital customer's journey) มี 6 ขั้นตอน ดังนี้ (สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร, 2561)

1 การรับรู้ (awareness) คือ การที่ธุรกิจสื่อสาร ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยผ่านช่องทางการสื่อสาร ที่มีความหลากหลายมากขึ้น และมีการใช้หลายช่องทาง ประกอบกัน โดยเฉพาะผ่านทาง สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งเฟซบุ๊ก ที่ผู้บริโภคมักรับทราบข้อมูลจากที่ธุรกิจทำ โฆษณา และทางอินสตาแกรมที่มักเป็นการเห็นภาพ สินค้าที่น่าสนใจ รวมถึงทางยูทูบที่มีการเล่าเรื่องราว ต่างๆ ในลักษณะของวิดีโอ และอาจเห็นโฆษณาทางสื่อ ต่างๆ ทั้งโฆษณาบนสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณา ประกอบกัน ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่า ช่องทางการสื่อสาร ข้อมูลไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลรายละเอียด ของสินค้านั้นมีความหลากหลายมาก โดยแต่ละสื่อ ก็ สามารถเข้าถึงหรือนำเสนอข้อมูลไปยังกลุ่มลูกค้าได้ แตกต่างกัน จึงเป็นกลยุทธ์ที่แต่ละธุรกิจจะเลือกใช้ทั้ง ประเภทของสื่อ ลักษณะของเนื้อหา ความถี่ในการเข้าถึง ของผู้บริโภคแล้วแต่เป็นองค์ประกอบของความสำเร็จ ในการสร้างการรับรู้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งสิ้น (lemon & verhoef, 2016; webster & hume, 2016; vivek, beatty & morgan, 2012; edelman, 2010; greene et al., 2009)

2 การประเมินทางเลือก (consideration) คือ เมื่อทราบข้อมูลแล้ว กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะทำการค้นหา ข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อทำการเปรียบเทียบรายละเอียดของ สินค้ากับตราสินค้าอื่น และ ประเมินทางเลือกในการ ตัดสินใจซื้อ ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคมักมีการค้นหาข้อมูล ทางสื่อออนไลน์ทั้งจาก การอ่านความคิดเห็นของผู้ที่เคย ใช้สินค้าหรือบริการ การใช้เครื่องมือสำหรับค้นหาข้อมูล บนอินเทอร์เน็ต (search engine) เพื่อหาข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติม ซึ่งเมื่อลูกค้ามีการหาข้อมูลเพิ่มเติมนั้นแปลว่า ลูกค้าเริ่มมี ความต้องการในกลุ่มสินค้านั้นและมีความสนใจ หรือรู้จักตราสินค้า ดังนั้นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อด้วย เครื่องมือทางการตลาดต่างๆ อาจกระตุ้นให้เกิดการ ตัดสินใจซื้อได้ แต่ธุรกิจจะควบคุมข้อมูลในขั้นตอนนี้ ได้ยาก เพราะเป็นข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าและบริการที่เป็นข้อเท็จจริง จึงมีความน่าเชื่อถือสูง หากเป็นข้อมูลในเชิงบวกก็จะยิ่งช่วยให้ผู้บริโภครายใหม่ตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น หากเป็นข้อมูลใน เชิงลบอาจทำให้ผู้บริโภค รายใหม่ไม่กล้าซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ดังนั้นในปัจจุบัน หากลูกค้าเกิดความไม่ พึงพอใจในตราสินค้า ธุรกิจจึงต้อง รีบจัดการปัญหาให้ลูกค้าโดยเร็วเพื่อไม่ให้เกิดข้อมูลเชิงลบ ในสื่อ ออนไลน์ นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายอาจจะทำการติดต่อ สื่อสารกับธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ส่ง ข้อความทางไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น เพื่อขอข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติม เพื่อประกอบการตัดสินใจ (webster & hume, 2016 vivek, beatty & morgan, 2012; edelman, 2010; greene et al., 2009)

3 ความชื่นชอบ (preference) คือ เมื่อมีการค้นหา ข้อมูลและประเมินทางเลือกแล้ว หากเริ่มรู้สึกชื่นชอบ ตราสินค้าก็จะกดไลค์และแชร์ข้อความหรือสื่อออนไลน์ ของตราสินค้านั้น หรืออาจ กดติดตามเพื่อรับทราบข้อมูล ที่ธุรกิจส่งมายังสื่อออนไลน์ ซึ่งเมื่อเกิดพฤติกรรมเช่นนี้ ก็มักจะเกิดการซื้อ (webster & hume, 2016; howard & kerin, 2013, vivek, beatty & morgan, 2012, edelman, 2010)

4 การซื้อ (purchasing) คือ เมื่อมีการตัดสินใจ ซื้อแล้วช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ หลากหลาย เข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน รวมทั้งช่องทางการชำระเงิน ผ่านระบบออนไลน์ที่หลากหลาย รูปแบบตามความสะดวก ของลูกค้า ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เกิดการขาย ได้สำเร็จ เพราะในบาง ธุรกิจเมื่อผู้บริโภคเกิดความชื่นชอบ ในตราสินค้าแล้วแต่พอจะทำการซื้อกลับมีกระบวนการ ที่ยุ่งยาก ซับซ้อน ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไม่ซื้อได้ (webster & hume, 2016; vivek, beatty & morgan, 2012, greene et al., 2009)

5 ความจงรักภักดี (loyalty) คือ เมื่อมีการซื้อสินค้า และได้ใช้สินค้าหรือบริการแล้ว เมื่อ เกิดความประทับใจ และมีความแตกต่างจากสินค้าเดิมที่เคยใช้ก็จะเกิดความ จงรักภักดีต่อตราสินค้า โดย ที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความจงรักภักดี ด้วยการบริหาร ความสัมพันธ์กับ ลูกค้า (customer relationship management) และการบริหารประสบการณ์ที่ดีให้กับ ลูกค้า (customer experience management) เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า แล้วซื้อสินค้า อย่างต่อเนื่อง และรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษสำหรับตราสินค้า (webster & hume, 2016; kandampully, zhang & bilgihan, 2015; khan, 2013; laroche, habibi & richard, 2013; greene et al., 2009; gonring, 2008)

6 การบอกต่อ (advocacy) คือ เมื่อลูกค้าได้ซื้อ สินค้าหรือใช้บริการแล้วก็จะทำการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ ต่างๆ ทั้งเชิงลบและเชิงบวก หากเป็นเชิงบวกคือ ผู้บริโภค มีการใช้สินค้าหรือบริการและมีความรู้สึกจงรักภักดี ผูกพันต่อตราสินค้าแล้ว ก็จะมีการบอกต่อความประทับใจ ต่อสินค้าหรือบริการ ซึ่งในสื่อออนไลน์ขั้นตอนนี้ถือว่า มีผลต่อการสร้างยอดขายอย่างมาก และสามารถทำได้หลายรูปแบบ ทั้งการเล่าเรื่องราวความประทับใจและ ตัวสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ส่วนตัว เช่น เพชบุ๊ก อินสตาแกรม หรือสื่อออนไลน์สาธารณะ เช่น ในเว็บไซต์พันทิป เป็นต้น หรือจะเป็นรูปแบบการให้คะแนน ความพึงพอใจในการ ใช้บริการ ซึ่งธุรกิจนั้นต้องคอยสำรวจข้อความต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับตราสินค้าและสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยต้อง ตอบสนองข้อความเชิงลบโดยเร็วเพื่อไม่ให้เกิดกระแส เชิงลบต่อตราสินค้า (howard & kerin, 2013; vivek, beatty & morgan, 2012; greene et al., 2009; gonring, 2008) ในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า (customer experience) จะช่วยให้เกิดความชื่นชอบ (preference) ความจงรักภักดี (loyalty) และการบอกต่อ(advocacy) เชิงบวกได้

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า การศึกษาเส้นทางของผู้บริโภค (customer journey) มีความสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เนื่องจากเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับ องค์กรหรือตราสินค้า ตั้งแต่ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยการศึกษาเส้นทางของผู้บริโภคในปัจจุบัน ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ การรับรู้ (awareness) การประเมินทางเลือก (consideration) ความชื่นชอบ (preference) การซื้อ (purchasing) ความจงรักภักดี (loyalty) และการบอกต่อ (advocacy) เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบการวิจัยด้วยการนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเครื่องมือการวิจัยเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วอย่างเป็นระบบ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คำว่าบริการ (service system) นั้น หมายถึง แบบแผนการดำเนินการต่าง ๆ ในอันที่จะให้บริการที่ตอบสนอง ความต้องการของบุคคลที่มารับบริการ โดยมีองค์ประกอบสำคัญของระบบบริการ 5 ส่วน ได้แก่ 1 ลูกค้าหรือผู้รับบริการ (customer) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอำนาจ ในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือบริการต่างๆ ตามความต้องการ 2 ผู้ปฏิบัติงานบริการ (service provider) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ ตามตำแหน่งงาน และขอความช่วยเหลือในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือ ผู้รับบริการ 3 องค์กรบริการ (service organization) หมายถึง กิจการที่ดำเนินการธุรกิจ อย่างใดอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการบริการแก่ลูกค้าเพื่อหวังผลกำไร โดยมีผู้ประกอบการ หรือ ผู้บริหารการบริการ เป็นผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการระบบการบริการให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล 4 บริการ (service) กิจกรรมหรือการกระทำที่มีจุดมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง ในทางธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และเกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกสบาย ให้ลูกค้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ และ 5 สภาพะของการบริการ (service environment) หมายถึง ลักษณะ

ทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นรอบตัวผู้รับบริการ อันได้แก่ อาคารสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องใช้ต่าง ๆ รวมทั้ง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อร่างกาย เช่น สี เสียง อุณหภูมิ เป็นต้น และสภาพความเป็นไป ของบรรยากาศที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการได้แก่ ความสวยงามของการจัดตกแต่งสถานที่ ความเอาใจใส่ ด้วยอัธยาศัยไมตรีของพนักงานบริการ เป็นต้น (สมชาติ กิจยรรยง, 2544) โดยการบริการมีความสำคัญ และมีบทบาทเป็นอย่างมากในโลก ซึ่งประเทศไทยภาคบริการถือว่ามีค่าสำคัญไม่แพ้กับภาคการผลิต จากการปรับเปลี่ยนทางด้านโครงสร้างเศรษฐกิจเข้าสู่การเป็นประเทศ อุตสาหกรรมใหม่ (newly industrialized countries-nic) ประกอบกับความเจริญก้าวหน้า ทางเทคโนโลยี และระบบข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งได้ส่งผลให้ระบบผลิตสินค้าและบริการ มีการขยายตัวมากขึ้น และพบว่าอุตสาหกรรมมีแนวโน้มที่จะ มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีความต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลต่อความเป็นอยู่ ตลอดจนมาตรฐานการครองชีพของประชาชน การศึกษา และรายได้สูงขึ้นกว่าแต่ก่อน ก่อให้เกิดความต้องการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ อำนวยความสะดวกของผู้รับบริการใหม่ ๆ ดังนั้น อาชีพ การบริการจึงมีความหลากหลาย และมีบทบาทในสังคมเป็นอย่างมาก (เกียรติคุณ จิรกาลวสาน, 2555) ซึ่งผู้วิจัยได้ รวบรวมแนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ไว้ดังนี้

2.3.1 ความหมายของคุณภาพการบริการ

ได้มีผู้ให้ความหมายคำว่า คุณภาพการบริการ ไว้หลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ดังนี้

เก็จวลิ ศรีจันทร์ (2557) ให้ความหมายของคุณภาพไว้ว่า สิ่งใดก็ตาม ที่ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ และ พุดถึงอยู่เสมอ เมื่อได้ใช้สินค้าและบริการ ซึ่งไม่ได้คำนึงถึง แต่ประโยชน์การใช้สอย แต่รวมถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ความประทับใจ ความพึงพอใจ ไปจนถึงความภักดีของลูกค้า

เกียรติคุณ จิรกาลวสาน (2555) คุณภาพการบริการ หมายถึง หัตถ์คนคิด ที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูล ความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งจะมีระดับที่แตกต่างกันออกไป ตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผล ที่ได้รับการบริการนั้น ณ ขณะช่วงเวลาหนึ่ง

gronroos (n.d. อ้างอิงใน สุภคชราวรรณ สุขโกษา, 2547) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ คือ เป็นการยากที่จะประเมินว่าบริการที่มีคุณภาพคืออะไร เนื่องจากคุณลักษณะ ของการบริการที่ไม่มีตัวตน และลูกค้าจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตซึ่งสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ และผลของการบริการที่เกิดขึ้นในการประเมินนั้น ควรแบ่งแยกว่าเป็นคุณภาพ ของกระบวนการให้บริการหรือคุณภาพของผลลัพธ์จากบริการ ซึ่งรับรู้คุณภาพบริการ ของลูกค้าจะเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบกระบวนการให้บริการที่คาดหวังไว้กับที่ได้รับจริง

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง หัตถ์คนคิดหรือความพึงพอใจ ของผู้รับบริการหลังจากได้รับจากการบริการแล้ว โดยผู้รับบริการจะเปรียบเทียบกระบวนการให้บริการ หรือคุณภาพของผลลัพธ์จากบริการกับความคาดหวังของตนเอง ซึ่งหัตถ์คนคิดหรือความพึงพอใจนี้จะมี ความแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละบุคคล

2.3.2 การประเมินคุณภาพของการบริการ

คุณภาพการให้บริการเป็นที่ทราบกันดีว่า การที่จะทำให้คุณภาพการบริการประสบผลสำเร็จ เป็นที่พอใจของลูกค้า นั้นไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการที่คิดว่าดีที่สุดเพียงวิธีเดียวเท่านั้น และวิธีการ ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในที่แห่งหนึ่ง ก็ไม่สามารถรับประกันว่าจะได้ผลกับที่อื่นด้วยเสมอไปทั้ง ๆ ที่เป็นสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน สิ่งสำคัญที่จะเสนอในที่นี้คือรูปแบบ ที่มีประสิทธิผลของคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นหลักการทั่วไป ที่ได้รับการยอมรับว่าได้ผลดี ถึงแม้ว่าเป็นหลักการเดียวกันก็ตาม แต่การนำไปประยุกต์ใช้ก็อาจมีความแตกต่างกันได้ ในการผลิตก็เช่นเดียวกันคือ ไม่มีกระบวนการสองกระบวนการที่เหมือนกันเลย ในแต่ละบริษัท ก็จะมีกระบวนการหรือระบบงานที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแต่ละกระบวนการ จะมีลักษณะ เฉพาะตัวที่จะเป็นกุญแจไปสู่ความสำเร็จ ผู้บริหารจะต้องค้นหาปัจจัยสำคัญให้พบ และทำการ ปรับปรุงระบบงานหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้อง และสร้างให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าภายใน และภายนอก โดยมีปัจจัยสำคัญสองประเภท ที่จะต้องตระหนักอยู่เสมอ นั่นคือ การเพิ่มผลผลิต และคุณภาพ จาก effectiveness model จะพบว่าเน้นถึงความสำเร็จของกระบวนการไปสู่ความเป็นเลิศของคุณภาพการบริการ โดยรูปแบบจะกำหนดแนวทางทิศทางของความสำเร็จของงานบริการ ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ 7 ประการ คือ 1 การทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจ 2 การประกันคุณภาพ 3 วิธีการระบบและเทคโนโลยี 4 การตระหนักถึงคุณภาพ 5 การฝึกอบรม 6 การมีส่วนร่วม และ 7 การเป็นที่รู้จักการยอมรับนับถือ (spechler n.d. อ้างอิงใน ฌญฐ์ ประชา สิริกาญจนวงศ์, 2558)

เกียรติคุณ จิรกาลวสาน (2555) กล่าวว่า เลิฟร็อค และไรท์ ได้ทำการวิจัยมิติคุณภาพการให้บริการซึ่งใช้องค์ประกอบที่สำคัญ 5 ด้านในการวัดความคาดหวัง และการรับรู้ของลูกค้า เพื่อเป็นหลักในการประเมินคุณภาพการบริการ ซึ่งมีความสอดคล้อง กับ rater ของ parasuraman ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1 ความน่าเชื่อถือ (reliability) หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการรู้สึกมีความไว้วางใจ การบริการ ซึ่งเกิดจากความสามารถในการปฏิบัติหรือให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างถูกต้อง สามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการ ดังนี้

- 1.1 มีการให้บริการตามสัญญาไว้หรือไม่
- 1.2 ไม่ควรมีความผิดพลาดเกิดขึ้นจากการให้บริการ

2 ความแน่นอน (assurance) หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการรู้สึกมีความมั่นใจ ซึ่งเกิดจากความรู้ ความสามารถ และมารยาทของบุคลากร รวมถึงความสามารถ ในการสร้างความเชื่อถือ และไว้วางใจดังนี้

- 2.1 รับมือกับปัญหาของผู้รับบริการได้
- 2.2 เก็บความลับของผู้รับบริการเป็นอย่างดี
- 2.3 มีความสุภาพ อ่อนน้อม และอ่อนโยนกับผู้รับบริการตลอดเวลา
- 2.4 มีความรู้ที่สามารถตอบข้อซักถามของผู้รับบริการ

3 วัตถุสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (tangibles) หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการ เห็นถึงความพร้อม และองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งเกิดจาก สาธารณูปโภคอุปกรณ์ เครื่องมือ และการแต่งกายของบุคลากรในองค์กร สามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการแต่ละแห่งได้ ดังนี้

3.1 มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีคุณภาพ

3.2 มีอาคารสถานที่ เหมาะสม คุ้ดี

3.3 บุคลากร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ แต่งกายได้อย่างเหมาะสม

4 ความเห็นอกเห็นใจ (empathy) หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงสถานบริการเอาใจใส่ ซึ่งเกิดจาก การที่ผู้ให้บริการ ให้ความใส่ใจ และให้ความสนใจ แก่ผู้รับบริการ เป็นรายบุคคล ดังนี้

4.1 ผู้รับบริการควรได้รับความสนใจเป็นรายบุคคล

4.2 ควรมีบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้คำปรึกษา

4.3 มีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการในลักษณะที่เป็นห่วงเป็นใย

5 ความรับผิดชอบ (responsiveness) หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการรู้สึก ถึงการได้รับการตอบสนอง ซึ่งเกิดจากความตั้งใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและให้บริการ ที่รวดเร็ว ดังนี้

5.1 ควรบริการผู้รับบริการอย่างทันท่วงที

5.2 ตั้งใจในการช่วยเหลือผู้รับบริการอย่างสุดความสามารถ

วิระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543) องค์ประกอบของความสำเร็จในการบริการ ดังนี้

1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมาย อยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยมีผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรง ที่จะพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการและคาดหวังให้มี การตอบสนองความต้องการนั้น

2 ความคาดหวังของผู้รับบริการ (expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์การหรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะได้รับการบริการอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้ และเรียนรู้กับความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อเสนอบริการที่ตรงความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรืออาจเกิด ความประทับใจขึ้นได้ หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่า ผู้รับบริการ มักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพ และแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรี ที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ

3 ความพร้อมในการบริการ (readiness) คุณภาพของการบริการย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายใต้อุปสรรคของเวลาหรือทรัพยากรอื่น ๆ และด้วยรูปแบบที่เป็นที่ต้องการอย่างทันทีทันใด ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อน และไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยงานบริการหรือธุรกิจบริการ จำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากร

รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อม อยู่ตลอดเวลาเพื่อที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจ ก็จะทำให้ผู้รับบริการชอบใจ และรู้สึกประทับใจ

4 ความมีคุณค่าของการบริการ (values) การบริการที่คำนึงถึงความต้องการ ของผู้รับบริการ และพยายามที่จะนำเสนอบริการในแต่ละจุดสัมผัสของบริการให้ถูกใจ ผู้รับบริการ คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับ และเกิดความรู้สึกประทับใจ

5 ความเอาใจใส่ต่อการบริการ (interest) การให้ความสนใจเอาใจใส่อย่างจริงจัง ต่อลูกค้าทุกระดับ และทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการ ของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับบริการที่ดี ด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้องให้ความสนใจดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ที่เข้ามาติดต่อ โดยทั่วถึงไม่ให้เกิดความรู้สึกว่าได้รับการปฏิบัติที่แตกต่างกัน การปฏิบัติต่อผู้รับบริการ จะต้องเป็นไปด้วยความสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้า

6 ความมีไมตรีจิตในการบริการ (courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนมีมารยาทของผู้ให้บริการ แสดงถึงอหิยาศัยของความเป็นมิตร และบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดี จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิก สง่างาม มีชีวิตชีวา ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน

7 ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (efficiency) ความสำเร็จของ การบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็น งานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด (service theme) หรือแผนในการให้บริการ และการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงให้เห็น ถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการปฏิบัติกริยา ตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการนำมา กำหนดเป้าหมายของการบริการ รวมทั้ง รูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงาน การตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการ ตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์ และความ คาดหวังของผู้รับบริการ

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า การประเมินคุณภาพของการบริการคือการกำหนดทิศทาง ความสำเร็จของการบริการในมิติด้านประสิทธิภาพและคุณค่าของการบริการ ด้วยความพร้อม ความเอาใจใส่ และความมีไมตรีจิตในการทำงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งประกอบด้วยความน่าเชื่อถือ ความแน่นอน วัตถุประสงค์ที่สามารถจับต้องได้ ความเห็นอกเห็นใจ และความรับผิดชอบในการทำงาน

2.3.3 คุณภาพการบริการกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งจำเป็น พื้นฐานหรือปัจจัย 4 ของการดำรงชีวิต แต่ก็เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นนันทนาการ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาในการเสริมคุณภาพชีวิต เพราะการท่องเที่ยวถือเป็นการผ่อนคลาย ความเครียด พร้อม ๆ กับได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ได้เห็นความสวยงาม ได้สัมผัสกับวิถี การดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปจากที่เคยได้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย สำหรับประเทศไทยถือว่ามีความก้าวหน้าในการท่องเที่ยวสูง เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปสัมผัส ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ (natural resource) และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรม (cultural resource) ที่มีคุณค่าทางโบราณคดี และศิลปะ ซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ จากที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน (วสันต์ วรรณวโรทร และคณะ, 2549) ซึ่ง อุบลวรรณ สุวรรณสุทธิ (2553) ได้อธิบายว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นหรือชุมชน และใช้บริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการเปลี่ยน พฤติกรรมของผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่กำลังจะซื้อ หรือเป็นนักท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการสื่อสาร ผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวคือผู้ที่มีอำนาจในการซื้อ สนใจการ ท่องเที่ยวจะเคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมาก่อนหรือไม่ก็ได้ และเครื่องมือ ของการส่งเสริมเข้าถึงได้โดยผ่านสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง สำหรับเครื่องมือของการส่งเสริมนั้นประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ (อรรถพล จันทรสสาขา , 2548) องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ (วสันต์ วรรณวโรทร และคณะ, 2549) คือ

1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดมุ่งหมายปลายทาง ที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่ง ทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ (natural tourism resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงดงามตามธรรมชาติ ซึ่งสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น

1.2 ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (man-made tourism resource) นับเป็นมรดกทาง วัฒนธรรม (cultural heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่

1.2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (historical tourism resource) เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น

1.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (culture and rural way of life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา

1.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (recreation attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ ความบันเทิง

2 การบริการท่องเที่ยว (tourism service) หมายถึง การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว ที่มีในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ เป็นการใช้ ความสะดวกสบาย ระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะบริการการท่องเที่ยว ที่สำคัญ และการรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน

3 การตลาดการท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่นั้น จะต้อง มีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ของตน และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยว ทำได้ 2 วิธี คือ

3.1 การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว

3.2 การโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร การท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ

ทั้งนี้ หลักการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ มี 5 ประการ ดังนี้ (อุบลวรรณ สุวรรณกุล สิทธิ, 2553)

1 เร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมือง และนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริม บทบาท เอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิม อย่างต่อเนื่อง

2 เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว แห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

3 เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและป้องกันการ เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยว อย่างจริงจัง

4 เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่น ๆ โดยรอบ ทั้งทางด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

5 บริการการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรม การท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณาให้กับ นักท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ (2553) ได้อธิบายว่า กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดมาตรฐานไว้เพื่อ เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยกำหนด มาตรฐานออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1 แหล่งท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และเป็นจุดหมายปลายทาง ที่ นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิด การเดินทาง ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ดังนั้นมาตรฐานด้านแหล่งท่องเที่ยวจึงประกอบด้วย มีเส้นทางเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีระบบการดูแล รักษาแหล่งท่องเที่ยว

2 มาตรฐานด้านการบริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยว จัดเป็น อุปทาน (supply) ประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็น บริการที่รองรับให้ เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาส อาจเป็นสิ่ง ใจได้เช่นกัน ประกอบด้วย มีบริการด้านความปลอดภัย มีบริการภัตตาคาร และร้านอาหาร มีบริการสินค้า และของที่ ระลึก มีบริการที่พักค้างแรมสำหรับนักท่องเที่ยว มีบริการนำเที่ยวมัคคุเทศก์ มีบริการด้านบันเทิงและ นันทนาการ มีบริการด้านสารสนเทศ และมีบริการด้านขนส่ง

3 มาตรฐานด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (demand) ซึ่ง มี ความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อร่วมในกิจกรรม 4 หย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายเ และพัฒนาการขยาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย มีการกำหนดแผน การตลาดท่องเที่ยว มีการสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และ จัดให้ มีการโฆษณาไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว

คุณภาพการบริการกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นประเด็นที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน ซึ่ง วีระพงษ์ เอลิมจิระรัตน์ (2543) ได้อธิบายว่า การบริการการท่องเที่ยว คือ พฤติกรรม กิจกรรม และการกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้ หรือ ส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมาย และ มีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น การบริการการท่องเที่ยวคือ กระบวนการ หรือ กระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการท่องเที่ยวจากผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ไปยังผู้รับบริการ การท่องเที่ยว หรือ ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวนั้น โดย มนัสวีร์ ธาดาสิทธิ์ (2549) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การบริการท่องเที่ยวนั้น เป็นสิ่งที่ถูกผ่านจากผู้เสนอ บริการไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดบริโภค ประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนที่เป็น องค์ประกอบพื้นฐาน และกิจกรรมประกอบ มีรายละเอียดดังนี้คือ

1 องค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ บุคคล สถานที่ และเหตุการณ์ อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือ เป็นส่วนผสมขององค์ประกอบหลายอย่าง

2 กิจกรรมประกอบ เป็นส่วนที่ผู้เสนอบริการคิดค้นวิธีในการบริโภคองค์ประกอบ พื้นฐานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเที่ยวชม การทำกิจกรรมที่แปลกใหม่ การพักผ่อน การศึกษา หาความรู้

หรืออีกนัยหนึ่งคือผู้เสนอบริการ ได้นำองค์ประกอบพื้นฐานไปผ่านกระบวนการผลิต เพื่อออกมาเป็นผลิตภัณฑ์

จากการอธิบายข้างต้น พอสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากการอำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยความพร้อม ความสะดวกสบาย และความมีเมตตาจิตในการบริการ อันจะนำไปสู่การสร้างมาตรฐานด้านการบริการการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม เช่น การมีบริการด้านความปลอดภัย การมีบริการด้านบันเทิงและนันทนาการ และการมีบริการด้านสารสนเทศ เป็นต้น

2.4 บริบทของจังหวัดสระแก้ว

2.4.1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

สำนักงานจังหวัดสระแก้ว (2559) ได้อธิบายว่า จังหวัดสระแก้วมีที่มาจากชื่อสระน้ำโบราณในพื้นที่อำเภอเมืองสระแก้ว ซึ่งมีอยู่ 2 สระ โดยในสมัยกรุงธนบุรี ประมาณปี พ.ศ. 2324 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เมื่อครั้งทรงเป็น สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึกเป็นแม่ทัพยกไปตีประเทศกัมพูชา (เขมร) ได้แวะพักกองทัพที่บริเวณสระน้ำ ทั้งสองแห่งนี้กองทัพได้อาศัยน้ำจากสระใช้สอย ได้ขนานนามสระทั้งสองว่า "สระแก้ว สระขวัญ" และได้ให้นำน้ำจาก สระทั้งสองแห่งนี้ใช้ในการประกอบพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยา โดยถือว่าเป็นน้ำบริสุทธิ์ โดย "สระแก้ว" เดิมมีฐานะเป็นตำบล ได้ตั้งเป็นด่านสำหรับตรวจคนและสินค้า เข้า-ออก จนถึงปี พ.ศ.2452 ทางราชการจึงได้ยกฐานะขึ้นเป็นกิ่งอำเภอชื่อว่า "กิ่งอำเภอสระแก้ว" ขึ้นอยู่ในการปกครองของ อำเภอekinบุรี ต่อมาเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2501 ได้มีพระราชกฤษฎีกายกฐานะขึ้นเป็นอำเภอ ชื่อว่า "อำเภอสระแก้ว" ขึ้นอยู่ในการปกครอง ของจังหวัดปราจีนบุรี และต่อมาเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2536 ได้มี พระราชบัญญัติจัดตั้งจังหวัดสระแก้วขึ้น โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 110 ตอนที่ 125 ลงวันที่ 2 กันยายน 2536 เป็นผลให้ "จังหวัดสระแก้ว" ได้เปิดทำการใน วันที่ 9 ธันวาคม 2536 โดยเป็น จังหวัดที่ 74 ของประเทศไทย

"จังหวัดสระแก้ว" มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานนับ 4,000 ปี ตั้งแต่ยุคหินใหม่-ยุคโลหะ โดยมีการค้นพบวัตถุโบราณที่บ้านโคกมะกอก ตำบลเขาสามสิบ อำเภอเขาฉกรรจ์ ในยุคต่อมาก็มีการค้นพบโบราณวัตถุอีก เช่น ที่อำเภออรัญประเทศและเขตอำเภอตาพระยา แสดงหลักฐานว่าสระแก้วเคยเป็นชุมชนสำคัญ ที่มีความเจริญรุ่งเรืองในยุคเจนละทวารวดี มีอารยธรรมและวัฒนธรรมเป็นของตนเอง และมีกษัตริย์หรือผู้ครอง เมืองนับถือศาสนาฮินดู ลัทธิไศวนิกายและไวษณพนิกาย ดังจะเห็นได้จากโบราณสถานและจารึกรูปอักษรปัลลวะ ต่าง ๆ ที่ปรากฏที่ปราสาทเขาน้อย เขตอำเภออรัญประเทศ ซึ่งถือกันว่าเป็นหลักฐานบันทึกการขุดที่เก่าที่สุดในกลุ่มจารึกครั้งแรกที่พบในประเทศไทย สร้างขึ้นราวปีพุทธศักราช 1180 นอกจากนี้ ยังพบหลักฐานความเจริญ ของอารยธรรมขอม ระหว่างพุทธศตวรรษที่ 15-16 ในแถบนี้อย่างมากมาย มีทั้งปราสาทอิฐ ปราสาทหินก่ออิฐ เทาเผาเครื่องถ้วย และคูเมืองโบราณที่ยังหลงเหลือร่องรอยปรากฏในปัจจุบัน โดยมีทำเลที่ตั้งและอาณาเขตทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอครบุรี

จังหวัดนครราชสีมา และอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ราชอาณาจักรกัมพูชา และทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอกบินทร์บุรี อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี และอำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งจังหวัดสระแก้ว ตั้งอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 256 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 7,219.72 ตารางกิโลเมตร หรือ ประมาณ 4,496,962 ไร่ ทิศตะวันออก ติดกับราชอาณาจักร กัมพูชา เป็นระยะทางประมาณ 165 กิโลเมตร ใน 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภออรัญประเทศ คลองหาด ตาพระยา และโคกสูง ดังนั้นทำเลที่ตั้งของจังหวัดสระแก้ว จึงมีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมในการเป็นประตู สู่ภูมิภาคอื่น ของประเทศได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะการเป็นประตูสู่อีสาน และประตูสู่อินโดจีน โดยมีจุดผ่านแดนที่สำคัญ 4 จุด คือ จุดผ่านแดนถาวร 1 แห่ง และจุดผ่อนปรนการค้า 3 แห่ง รวมทั้ง มีตลาดโรงเกลือหรือตลาดชายแดนบ้าน คลองลึก อำเภออรัญประเทศ ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้ามือสองที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค สามารถสร้างรายได้ให้กับ ประเทศปีละหลายพันล้านบาท นอกจากนี้ จังหวัดสระแก้วยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง และมีความอุดมสมบูรณ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของมรดกโลกทางธรรมชาติ ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ คือ อุทยานแห่งชาติปางสีดา อุทยาน แห่งชาติตาพระยา รวมทั้ง ถ้ำน้ำ และถ้ำเพชรโพธิ์ทอง เป็นต้น

2.4.2 ศักยภาพและสถานะแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

สำนักงานจังหวัดสระแก้ว (2559) ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว พ.ศ. 2561 – 2564 ซึ่งพอสรุปได้ว่า จังหวัดสระแก้วมียุทธศาสตร์ที่เป็นจุดแข็งและโอกาส ที่สามารถอธิบายได้ ดังนี้ 1 จุดแข็งเชิงยุทธศาสตร์ เช่น การเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย การเป็นตลาดการค้าชายแดนที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน การเป็นประตูการขนส่งเชื่อมโยงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาควิทยาศาสตร์ และประเทศเพื่อนบ้าน การมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เชื่อมโยงวัฒนธรรมระหว่างไทยกับกัมพูชา รวมถึง การเป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวจากกรุงเทพฯ และ 2 โอกาสเชิงยุทธศาสตร์ เช่น การมีสภาพภูมิศาสตร์ด้านทำเลที่ตั้งของจังหวัดสระแก้วเป็นเส้นทางเชื่อมโยง ระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้และอินโดจีน การมีกระแสผู้บริโภคที่เน้นสินค้าคุณภาพ และการดูแลสิ่งแวดล้อมจะสร้างโอกาสในการผลิต สินค้าด้านการเกษตรที่มีคุณภาพปลอดภัย และหลากหลายมากขึ้น รวมถึง การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และกระแสในการดูแลสุขภาพ ซึ่งมีโรงพยาบาลวิวัฒนาการ เป็นศูนย์กลางการค้นคว้าและวิจัยด้านการแพทย์แผนไทยสำหรับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์แผนไทยได้เป็นอย่างดี ซึ่ง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ถือเป็นหนึ่งกิจกรรมในการพัฒนาจังหวัดสระแก้วเพื่อการสร้างรายได้ ลดรายจ่าย และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัด โดยได้มีการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดในระยะ 4 ปี (พ.ศ.2561-2564) ว่าหนึ่งในพันธกิจของจังหวัด คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ปลอดภัย อำนวยความสะดวก และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความปลอดภัย และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเสริมสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชื่อมโยงอารยธรรมโบราณก็ได้มี

การกำหนดเป็นหนึ่งเป้าประสงค์ของการดำเนินงานว่า การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะอาด สดชื่น และปลอดภัยรวมทั้งเพิ่มทางเลือกในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีกลยุทธ์ 7 กลยุทธ์ ดังนี้

1. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เพียงพอและได้มาตรฐาน ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ ในราคาที่เหมาะสม ยุติธรรมให้กับนักท่องเที่ยว
2. ส่งเสริมเครือข่ายภาคประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวและสร้างเครือข่าย เชื่อมโยงการท่องเที่ยว ทั้งในและต่างประเทศ
3. พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้วยการฟื้นฟูและจัดระเบียบให้คงสภาพการเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลายโดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
4. พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว
5. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
6. ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว
7. พัฒนากิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวให้หลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการแพทย์แผนไทยและการเชื่อมโยงกับอารยธรรมโบราณ

จากการอธิบายข้างต้นพอสรุปได้ว่า ศักยภาพและสภาวะแวดล้อมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว นั้นมีความพร้อมหลายประการ เช่น การเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย การเป็นตลาดการค้าชายแดนที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน การมีการดำเนินโครงการสระแก้วเมืองแห่งความดีด้วย 4 ดี วิถีพอเพียง (คนดี สุขภาพดี รายได้ดี สิ่งแวดล้อมดี) อย่างต่อเนื่อง การเป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวจากกรุงเทพฯ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และกระแสในการดูแลรักษาสุขภาพ และการมีโรงพยาบาลพัฒนานครเป็นศูนย์กลางการค้าและวิจัยด้านการแพทย์แผนไทยสำหรับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการแพทย์แผนไทย เป็นต้น ดังนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้หลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยวจึงควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นระบบบนพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ปลอดภัย อำนวยความสะดวก และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ต่อไป

2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤติกา สายณะรัตรชัย และคมลธิธิ์ เกียนวัฒนา. (2562). ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวใน จังหวัดสระแก้ว เพื่อนำผลการศึกษามาช่วยสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับ การเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามโดยนำผลที่ได้มา วิเคราะห์ทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวสระแก้วเป็นครั้งแรกกับครอบครัว โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยว/นันทนาการ

ในช่วงวันหยุดพักผ่อน ตลาดโรงเกลือถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามระลึกรู้ถึงและคิดว่า เป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว และได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับจังหวัดสระแก้วมาจาก อินเทอร์เน็ต 3. ผู้แบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเห็น ด้วย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ($r = 3.56, s.d. = 0.70$) ด้านแรงจูงใจทาง วัฒนธรรม ($r = 3.70, s.d. = 0.73$) ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ($r = 3.61, s.d. = 0.69$) และด้าน แรงจูงใจ ทางสถานภาพและชื่อเสียง ($r = 3.58, s.d. = 0.70$)

ศรารุช ผิวแดง, เสรี วงษ์มณฑา, ขวสิทธิ์ ณ ถลาง และสืบชาติ อันทะไชย. (2562). ได้ทำการศึกษา เรื่อง การพัฒนายุทธศาสตร์ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการ แข่งขัน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ถามความคิดเห็นด้าน การตลาดท่องเที่ยวเพื่อนำไปจัดทำแนวทางและพัฒนา ยุทธศาสตร์ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิจัยพบว่า การตลาดท่องเที่ยวในจังหวัด อุดรธานี มี 10 องค์ประกอบ 61 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1 ช่องทางการจัดจำหน่าย 2 คน 3 ผลิตภัณฑ์ 4 การ ส่งเสริมการตลาด 5 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 6 ความร่วมมือทางธุรกิจ 7 นโยบายสาธารณะ 8 การจัด รวมผลิตภัณฑ์ 9 ราคา 10 ฤดูกาลการท่องเที่ยว ซึ่งความแปรปรวนขององค์ประกอบทั้งหมด สามารถ อธิบายตัวบ่งชี้ได้ร้อยละ 51.32 จังหวัดอุดรธานี ภาคเอกชน ภาครัฐ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการ กำหนดยุทธศาสตร์หรือแผนเพื่อสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขันของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวได้ สถานศึกษาสามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการต่อยอดงานวิจัยหรือใช้ในการจัดการ เรียนการสอนได้

เขมลักษณ์ คุปคิตพันธ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ 1 เพื่อศึกษา องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2 เพื่อศึกษา รูปแบบทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เหมาะสมกับจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ และ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ เหมาะสมกับจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่นักท่องเที่ยว ชาวยุโรปที่เดิน ทางเข้ามาท่องเที่ยวพำนักในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบลูกโซ่ สถิติที่ใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ได้แก่ เจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่เอกชน ชุมชนและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 10 คนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้ วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปใน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มาเป็นลำดับแรก รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านความดึงดูดใจ และด้านกิจกรรม ตามลำดับ 2 รูปแบบทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เหมาะสม กับ

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คือ ทางจังหวัดควรมีการรณรงค์เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ มากกว่าที่เป็นอยู่ และควรสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนรวมถึงการฝึกภาษาอังกฤษให้กับ ชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นในอนาคต 3 แนวทางการพัฒนา องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เหมาะสมกับจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์สามารถสรุปออกมาได้ 4 แนวทาง ดังนี้ 1 แนวทางการพัฒนาด้านมาตรฐานระดับสากล เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความเป็นสากล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2 แนวทางการพัฒนาด้านนวัตกรรม เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3 แนวทางการพัฒนาด้านอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อ รองรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 4 แนวทางการพัฒนาด้านการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อมุ่งเน้นความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการร่วมกัน พัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ศราวุธ ผิวแดง และเสรี วงษ์มณฑา. (2561). ได้ทำการศึกษา เรื่อง การศึกษาตลาดท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการตลาดท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีในการ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อนำไปพัฒนายุทธศาสตร์ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีเพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (key information) ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive selection) คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดยุทธศาสตร์จังหวัด นักวิชาการ ภาคเอกชน เช่น ฝ่ายการตลาดโรงแรม บริษัททัวร์ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น จำนวน 20 ท่าน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา โดยใช้โปรแกรม atlas วิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า สภาพการตลาดท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีในการสร้างความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน ในครั้งนี้ได้ค้นพบส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ประกอบไปด้วย ด้าน ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place/process of delivery) การส่งเสริมการตลาด (promotion) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) คน (people) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (package) ความร่วมมือทางธุรกิจ (partnership/participation) กระบวนการท่องเที่ยว (process) ฤดูกาลทางการท่องเที่ยว (period) นโยบายสาธารณะ (public policy) โดยมีข้อเสนอแนะ คือ ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรนำแนวทางจากการศึกษาสภาพการตลาดท่องเที่ยวของ ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีจากรายงานวิจัยฉบับนี้ไปปฏิบัติเพื่อการสร้างความสำเร็จทางการแข่งขันในอนาคต

ส.ศิริชัย นาคอุดม, พรพรรณา เขียวน้อย และ ศิวพร ถาวรวงศา (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ยุทธศาสตร์การสร้างความสำเร็จการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช กรณีศึกษา: การขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุ วรมหาวิหาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถเชิงการแข่งขันและ

2 เสนอแนะยุทธศาสตร์การสร้าง ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 25 ราย ใช้เครื่องมือการ วิเคราะห์ความสามารถเชิงการแข่งขันตามแบบจำลองเพชรพลวัต (dynamic diamond model) วิเคราะห์ สภาพองค์กร (swot analysis) และ (tows matrix) เพื่อ กำหนดยุทธศาสตร์การสร้าง ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ผลการศึกษาพบว่ายุทธศาสตร์การสร้าง ความ ได้เปรียบเชิงการแข่งขันประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การลดต้นทุนในการดำเนินงาน ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว และกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ยุทธศาสตร์การสร้าง ความแตกต่าง ประกอบด้วยกลยุทธ์ส่งเสริมรูปแบบการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยุทธศาสตร์การตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย กลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างอ่าวไทยและอันดามัน และกลยุทธ์ พัฒนาการขนส่งเพื่อรองรับการ ท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์การสร้าง ความยั่งยืน ประกอบด้วย กลยุทธ์การร่วมกันพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชน และกลยุทธ์พัฒนาจิตสำนึกในการอนุรักษ์สถานที่ ท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนของนักท่องเที่ยว

อุษณีย์ ผาสุก (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันของเมือง สมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรีเพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน เมืองสมุนไพร และเพื่อพัฒนากลยุทธ์ในการแข่งขันที่ สามารถดึงดูดกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เก็บข้อมูลกับผู้ที่มีส่วนสำคัญ ในการกำหนดนโยบายเมืองสมุนไพร และวางแผนการ ท่องเที่ยวจังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 17 คน และใช้ แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา เยือนเมืองสมุนไพร จำนวน 370 คน เพื่อนำข้อมูล มาเป็นแนวทางในการนำเสนอกลยุทธ์การเพิ่มโอกาส ทางการแข่งขันของเมืองสมุนไพร และใช้เป็น เครื่องมือทางการตลาดในการสร้างคุณค่าให้มีภาพลักษณ์ที่ ดี เหนือคู่แข่งที่เป็นไปในทิศทาง การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เมือง สมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรี มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีความหลากหลายทางชีวภาพและ พืชพรรณสมุนไพร ใกล้กรุงเทพมหานคร ทั้งยังมีแหล่งเรียนรู้สมุนไพรที่สนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว มี ความพร้อม ด้านบุคลากรทางการแพทย์ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ทำให้เมืองสมุนไพรมี ชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ แต่ในขณะเดียวกันงานวิจัยก็พบอุปสรรคต่อการสร้าง ความได้เปรียบทางการ แข่งขัน เช่น ขาดการบูรณาการร่วมกันแบบเครือข่าย ขาดหน่วยงานกลางจัดทำฐานข้อมูลเมืองสมุนไพร การบริการที่ไม่ครบวงจร และสำคัญที่สุด คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง การตลาดบริการ แต่ไม่ต้องการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางแก้ไข และกลยุทธ์ในการเพิ่ม โอกาส ทางการแข่งขันเมืองสมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรีไว้ 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การบริหารจัดการตลาดเชิงรุก กลยุทธ์บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย และ กลยุทธ์ การพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อุษณีย์ ผาสุก, ชาลิษฐ์ ณ ถลาง, สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ และสหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล. (2561). ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความได้เปรียบทางการแข่งขันของเมืองสมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรีเพื่อรองรับ

ตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางการแข่งขันของเมืองสมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรี และนำเสนอแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของเมืองสมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรี เพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจเมืองสมุนไพรที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดปราจีนบุรี ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้บริหารโรงพยาบาลหรือตัวแทน บุคลากรทางการแพทย์ ผู้ประกอบการตัวแทนท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 17 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ด้วยวิธีการแบบสามเส้า (data triangulation) นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) ตามตัวแบบการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage) รวมทั้งวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้ swot analysis

ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดปราจีนบุรีมีปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเชิงบวก ในด้านบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย มีโรงพยาบาลมาตรฐานสากล มีประชาชนชาวบ้านที่มีความรู้ภูมิปัญญาแผนไทย มีพืช สมุนไพรที่อุดมสมบูรณ์ สินค้าและบริการจากสมุนไพรมีความหลากหลาย และมีงานวิจัยรองรับ สินค้าและบริการตลอดจนมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรแพทย์แผนไทยที่มีคุณภาพ อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยเชิงลบที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงทางการแข่งขันของเมืองสมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรี ได้แก่ ขาดการสร้างเครือข่ายภายในจังหวัดระหว่างธุรกิจเมืองสมุนไพรที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงพยาบาลบางแห่งมีการให้บริการแบบไม่ครบวงจร ขาดคนกลางในการเก็บรวบรวมข้อมูลสมุนไพรภายในจังหวัด รวมถึงลักษณะทางกายภาพบางอย่าง ยังเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจำเป็นต้องเร่งพัฒนาเพื่อยกระดับให้ จังหวัดปราจีนบุรีเป็นเมืองต้นแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของประเทศในการเป็นศูนย์กลาง สุขภาพของเอเชีย (medical hub of asia) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการแก้ไข และเพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันของเมืองสมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรี ในการรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ 4 แนวทาง คือ การสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการจากสมุนไพร การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ การพัฒนาภูมิปัญญาไทย ส่งเสริมเทคโนโลยี ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการพัฒนาเส้นทางการเชื่อมโยง และสร้างระบบโครงสร้างพื้นฐาน

จุฑาทิพย์ สุจริตกุล (2560) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต 2 ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น 3)เสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ คือ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า 1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเชิงสุขภาพจากที่ญี่ปุ่น เคยเดินทางมาประเทศไทยและภูเก็ต, ได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากเว็บไซต์

เพื่อนหรือคนรู้จักที่มีเคยใช้บริการและบริษัทนำเที่ยว, เป้าหมายที่ใช้บริการ, ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 2 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ นิยม คือ รูปแบบที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลักและรูปแบบที่เน้นภูมิปัญญาพื้นบ้าน รูปแบบที่ นิยมคือ กีฬาทางน้ำ ดำน้ำ, ว่ายน้ำและ สปา นวดแผนไทยโบราณ อาหารเพื่อสุขภาพ ยาสมุนไพร เป็นต้น ซึ่งปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบคือ ปัจจัยด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ 3 แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคต คือ รูปแบบในการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ควรเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น, สร้างมูลค่า เพิ่ม, ควรส่งเสริมและการเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อาทิ กลุ่มผู้สูงอายุ

ธันนรักษ์ วัชรธร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ) ศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 2 สํารวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 3 ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 10 คน และ การสนทนากลุ่ม ผู้ร่วมสนทนากลุ่มเลือกอย่างเจาะจง จำนวนทั้งสิ้น 8 คน มีดังนี้ 1 เจ้าหน้าที่ทางด้าน สุขภาพ 2 เจ้าหน้าที่ทางการท่องเที่ยว 3 นักวิชาการทางการท่องเที่ยวและการศึกษา เครื่องมือ ที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเด็นการสนทนากลุ่ม วิธีการวิจัย ประกอบด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1 ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีความต้องการคือการมีสุขภาพที่ดี (healthy) การมีส่วนร่วม (participation) และการมีหลักประกันหรือ ความมั่นคง (security) 2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีทั้งภายในและภายนอกชุมชนโดยจัดได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1 รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีไทย 2 รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และ 3 รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ 3. แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกได้เป็น 3 มิติ 3.1 มิติด้านสุขภาพ หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายขยายเวลาการเกษียณอายุราชการ จัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ 3.2 มิติด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวและกำหนดการท่องเที่ยวแบบมุ่งเป้าไปยังผู้สูงอายุ และผู้ดูแลผู้สูงอายุ 3.3 มิติด้านการศึกษา ชมรมผู้สูงอายุควรมีการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการดูแล สุขภาพของผู้สูงอายุ

นุชนาฏ หมั่นจันทร์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความ เป็นเลิศทางภูมิปัญญาของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1 ศึกษาองค์ประกอบที่แสดงความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทยในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2 ศึกษากระบวนการจัดการความรู้ของภูมิปัญญาไทยของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 3 สร้างแบบจำลองการจัดการภูมิปัญญา (wisdom management) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีการ

เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และตัวแทนจากชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ประชาชนชาวบ้าน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ใช้ภูมิปัญญาไทยในการให้บริการ

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบที่แสดงความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย ได้แก่ 1 ความ เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว (identity) 2 การใช้พลังจากธรรมชาติในการส่งเสริมสุขภาพร่างกายและจิตใจ (nature) 3 การมีสุนทรียภาพในการให้บริการ (aesthetic) 4 การให้บริการบำบัดรักษาสุขภาพด้วยวิธีการดั้งเดิม (traditional treatment) 5 การให้ความสำคัญในเรื่องความสุขสงบและสมดุลของคนในชุมชนและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (unity) 6 การสืบสานอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านสุขภาพ (recreation) และ 7 การนำเสนอคุณประโยชน์และคุณภาพที่ถูกต้องแท้จริง (ethical performance) กระบวนการจัดการภูมิปัญญาที่มีประสิทธิภาพและสามารถยกระดับความรู้ภูมิปัญญาของไทยให้โดดเด่น คือ การระบุนความรู้ภูมิปัญญา การสร้างความรู้ภูมิปัญญา การจัดระบบความรู้ภูมิปัญญาและการถ่ายทอดภูมิปัญญาและแบบจำลองการจัดการภูมิปัญญาไทย (wisdom management) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1 การค้นหาความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญา (unique wisdom) 2 การผสมผสานองค์ความรู้ใหม่ (new integration) 3 การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นอัตลักษณ์ (identity product) และ 4 การจัดกิจกรรมที่สร้างการเรียนรู้ (creative activity)

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และปิยะพร ธรรมชาติ (2559) ได้ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรี เพื่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มชุมชนและตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ กลุ่มปลูกและแปรรูปสมุนไพรไทยมีความสนใจ และเข้าใจในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างดี มีความรู้ด้านสมุนไพรและการบำบัดเพื่อสุขภาพ รวมถึงชุมชนเองก็มีศักยภาพเพียงพอต่อการรวมกลุ่มในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพ การจัด โปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าว จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กร ภาครัฐและเอกชนโดย ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนเริ่มต้นนำไปจนถึงปลายน้ำ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มแข็งด้าน เครือข่าย และทำให้เกิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายของธุรกิจ ชุมชน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเครือข่ายชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

สิริกร เลิศลักษณ์ธาร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมและความต้องการ ของชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย 2 สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง ส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยสำหรับชาวต่างชาติ และ 3 ตรวจสอบยืนยันความเหมาะสมของ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพกับพฤติกรรมและความต้องการสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดิน ทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำนวน 900 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และวิเคราะห์

แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบองค์ประกอบยืนยัน โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย 3 ระยะดังนี้คือ ระยะที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของ รูปแบบ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์ ทุกองค์ ประกอบคือ spaxspixspoxsprx stexspexsigxserxsusx and saty ซึ่ง องค์ประกอบทุกตัวมีความ เหมาะสม มีความเชื่อมั่นและความตรงเชิงโครงสร้างในเนื้อหาต่อรูปแบบการ ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพกับพฤติกรรมและความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มา ท่องเที่ยวในประเทศไทยและจากแบบจำลองที่ 1 ถึง 9 สรุปได้ว่าองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น มีอิทธิพล ต่อตัวแปรเชิงผล คือ ความพึงพอใจ (saty) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.89, 0.88, 0.86, 0.77, 0.76, 0.74, 0.73, 0.72 และ 0.61 ตามลำดับ ระยะที่ 2 การสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพใน ประเทศไทยสำหรับชาวต่างชาติ เรียกว่า star model ซึ่งประกอบด้วย 10องค์ประกอบ และในระยะที่ 3 เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่าผลที่ได้จากการตรวจสอบยืนยันรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง ส่งเสริมสุขภาพในแต่ละประเทศ มีความเหมาะสมกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับ พฤติกรรมและความต้องการของชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยและอยู่ใน ระดับมาก

สุรรัตน์ โพธิ์ศรี (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพในจังหวัดตราด ประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1 ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ เพื่อสุขภาพ 2 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 3 ศึกษาสภาพการดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 4 เสนอแนะ กลยุทธ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดตราด ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิง คุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ 1 นักท่องเที่ยว ที่มาใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 400 คน สุ่ม ตัวอย่างแบบเป็นระบบ เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และ 2 ผู้ประกอบการเพื่อสุขภาพ 6 คน และผู้เชี่ยวชาญด้าน บริการเพื่อสุขภาพ ของรัฐ 2 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

ผลการวิจัยพบว่า 1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ที่ สะอาด เหตุผลการใช้บริการเพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อย นวดหลังไหล่และศีรษะเป็นส่วนใหญ่ เคยใช้ บริการมาก่อน เดินทางมาคนเดียว ใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง ใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง รู้ข่าว จากคนรู้จัก นิยมใช้เดี่ยวสปา ตกแต่งแบบธรรมชาติ ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมือง 2 นักท่องเที่ยวมีความ พึงพอใจ มากกว่าความคาดหวังในทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 3 ธุรกิจเพื่อ สุขภาพ เปิดบริการ เป็นจำนวนมากและมีการแข่งขันสูง ขาดแคลนนักบำบัดและหมอนวด การ ส่งเสริมการตลาดมีน้อย ขาด การประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบังคับใช้ กฎหมายใหม่ 4) ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้ สร้างตราสินค้าให้ โดดเด่นและจดจำง่าย ใช้ระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ตั้งราคาให้มีหลายราคา เพิ่มการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตและใช้ พนักงานแนะนำโดยตรง ออกแบบกระบวนการชัดเจนและ ตกแต่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยและดูแล

ความสะอาดอยู่เสมอ ส่งเสริมพนักงานให้มีจิตสำนึก ในการบริการ จัดการฝึกอบรม และสร้างขวัญกำลังใจ

อรนภา ทศนัยนา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสำหรับผู้สูงอายุโดยมหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและประเมินรูปแบบการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและ กีฬาสำหรับผู้สูงอายุโดยมหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการ จัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาของมหาวิทยาลัยสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย กระบวนการในการบริหารจัดการ 4 ด้าน คือ 1 ด้านการวางแผน (planning) จำนวน 10 องค์ประกอบ คือ การกำหนดหน่วยงานหลัก การสรรหาผู้บริหารและคณะกรรมการดำเนินการ การกำหนดเป้าหมาย นโยบาย วัตถุประสงค์ กำหนดแผนการดำเนินงานและแผนปฏิบัติการกำหนดกิจกรรม กำหนดแผนด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการการตลาด และกำหนดตัวชี้วัดและการประเมินผลแผน 2 ด้านการจัดองค์การ (organizing) จำนวน 5 องค์ประกอบ คือ การกำหนดงาน ออกแบบและจัดกลุ่มงาน การกำหนด ขอบเขตและหน้าที่การทำงาน กำหนดผังโครงสร้างองค์การ กำหนดคุณสมบัติและคัดเลือกวิทยากร ผู้นำกิจกรรมด้านสุขภาพ กีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว กำหนดการประชุม นิตศและอบรม สัมมนา 3 ด้านการนำไปปฏิบัติ (implementing) จำนวน 3 องค์ประกอบ คือ กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมมีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีสภาวะสุขภาพที่ช่วยเหลือตนเองได้ และไม่มีภาวะ โรคที่เป็นอันตรายต่อการเข้าร่วมกิจกรรม กระบวนการประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ การคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และกิจกรรม ผลที่ได้รับ ประกอบด้วย ผู้สูงอายุได้รับประโยชน์ด้านสภาวะ 4 ด้าน คือ ด้านร่างกาย จิตใจ สังคม จิตวิญญาณ และความรู้ 4 ด้านการควบคุม (controlling) จำนวน 3 องค์ประกอบ คือ กำหนดมาตรฐานการควบคุม การประเมินผลที่สอดคล้องกับมาตรฐาน การปรับปรุง แก้ไข ซึ่งรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสำหรับผู้สูงอายุโดยมหาวิทยาลัยที่สร้างขึ้น มีความเหมาะสมและ ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ

รัชนิกร ตรีสมุทรกุล. (2558). ได้ทำการศึกษา เรื่อง นวัตกรรมโมเดลธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเทพาปวด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมโมเดลธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเทพาปวด ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนในการศึกษาวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (literature study) โดย การทบทวนแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของงานวิจัย เพื่อนำมาออกแบบกรอบการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ 2 การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ (empirical study) เพื่อเก็บข้อมูลในเชิงลึก ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) ผู้พัฒนา/วิจัยผลิตภัณฑ์จากวิทยาลัยการแพทย์แผนไทยจำนวน 1 แห่ง และการเข้าไปสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participant observation) ในกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเทพาปวด รวมถึงการสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อให้ทราบมุมมองของผู้บริโภค 3 การวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย (analysis and conclusion) นำข้อมูลประเด็นธุรกิจที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้งจากฝั่งอุปทาน (supply side)

และข้อมูลความต้องการของตลาดในฝั่งอุปสงค์ (demand side) มารวมกันวิเคราะห์ เพื่อหาองค์ประกอบหลักของโมเดลธุรกิจที่มีความเหมาะสม ขั้นตอนสุดท้าย 4 การอภิปรายผล ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ (expert panel) เพื่อให้ได้มุมมองและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละองค์ประกอบ

ผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า จากหลักทฤษฎี business model canvas ที่มี 9 องค์ประกอบ แต่สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรบรรเทาปวดให้ความสำคัญกับ 3 องค์ประกอบหลักที่มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย 1 ด้านผลิตภัณฑ์ (product) 2)ด้าน กิจกรรมทางการตลาด และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (marketing and customer relationship) และ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (distribution channel) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่อยู่ภายในอุตสาหกรรมนี้มีทั้งผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการ จากภาคเอกชน ซึ่งมีศักยภาพ ข้อจำกัด รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ในการนำ โมเดลธุรกิจนี้ไปปรับใช้จึงมีองค์ประกอบย่อยที่แตกต่างกันไป ผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรบรรเทาปวด อย่างไรก็ตามการนำนวัตกรรมโมเดลธุรกิจไปประยุกต์ใช้จะต้องพิจารณารูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร รวมถึง ศักยภาพ และข้อจำกัด เพื่อจะได้เลือกโมเดลที่มีความเหมาะสมกับองค์กรมากที่สุดและช่วยเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันได้อย่างเต็มที่

ฉัตรชนก มัทธนวนรณก (2557) ศึกษากลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง ตำบลลานดอกไม้ อำเภอเมือง จังหวัดก าแพงเพชรผลการศึกษวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ เพื่อน โดยให้ครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งมีข้อมูลบางส่วน และต้องการเพิ่มเติมทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน การตัดสินใจเดินทางมาเพราะชวนจากเพื่อนหรือญาติ ส่วนใหญ่ประทับใจในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวสวยงามหลากหลาย และด้านปัจจัย กลยุทธ์ส่วน ประสมทางการตลาด (8 p's) มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ข้อมูลบริบททั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว (6 a's) มีการพัฒนาและการจัดการได้ดีตามศักยภาพ เลือกใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต กลยุทธ์ การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (8 p's) มีแนวทาง กำหนดกลยุทธ์ ดังนี้ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2 พัฒนาระดับ มาตรฐานราคาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว 3 พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทาง การท่องเที่ยว 4 พัฒนารูปแบบการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว 5 พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 6 พัฒนาการสร้างพันธมิตรทางการท่องเที่ยว 7 พัฒนาโปรแกรมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีหลากหลายและ 8 พัฒนาระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติ

ภิญญา คำศิลป์ (2557) ศึกษาความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่ม generation y ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมี

ลักษณะเฉพาะโดยมีความสามารถเปลี่ยนการใช้บริการท่องเที่ยวตามความต้องการ ของตนเองได้ทันที มีการเรียนรู้และเกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการการท่องเที่ยว สถานที่ สวยงามจนเกิดความประทับใจ การให้บริการดีหรือมีการให้บริการครบครันมีความสะดวกต่อ การให้บริการ มีความต้องการบริการที่ส่งผลดีต่อสังคม สถานที่ให้บริการนั้นต้องไม่ทำลาย สิ่งแวดล้อม โดยมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยรวม และในรายด้าน อยู่ใน ระดับมาก และผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยลักษณะเฉพาะของกลุ่ม generation y ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจงใจให้เลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของความเป็นเอกลักษณ์ตัวของตัวเอง ใน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การได้รับการเรียนรู้และเกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จะส่งผลดีต่อสังคมได้ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุชาดา คำชนะ (2557) ศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม baby boomer generation b ในเมืองพัทยา ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม baby boomer generation b ในเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่สุดใน 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ รองลงมา ด้าน ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ และอันดับที่3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และปัจจัย ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามความเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม baby boomer generation b ในเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากใน 3 ลำดับแรกมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการในการบริการ รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ

สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์ (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักชะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่อยู่ในระดับ มาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความร่มรื่น บรรยากาศดี เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ มีบริเวณให้นั่งพักผ่อน อย่างเพียงพอกับความสะดวกในการเดินทาง มีการดูแลสภาพแวดล้อมของ สถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้าน การอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ด้านน้ำแร่มีความสะอาดบริสุทธิ์ โดยส่วนใหญ่มีความ พึงพอใจด้านบ่อน้ำพุร้อนมีให้บริการเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ป้ายแนะนำเกี่ยวกับ วิธีการใช้บ่อน้ำพุร้อน การดูแลและซ่อมแซมบริเวณโดยรอบของ บ่อน้ำพุร้อน และมีศาลาและห้อง อาบน้ำไว้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้าน ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความเต็มใจในการให้บริการ ความ พร้อมที่จะให้บริการ ความสภาพ อ่อนโยน การให้รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

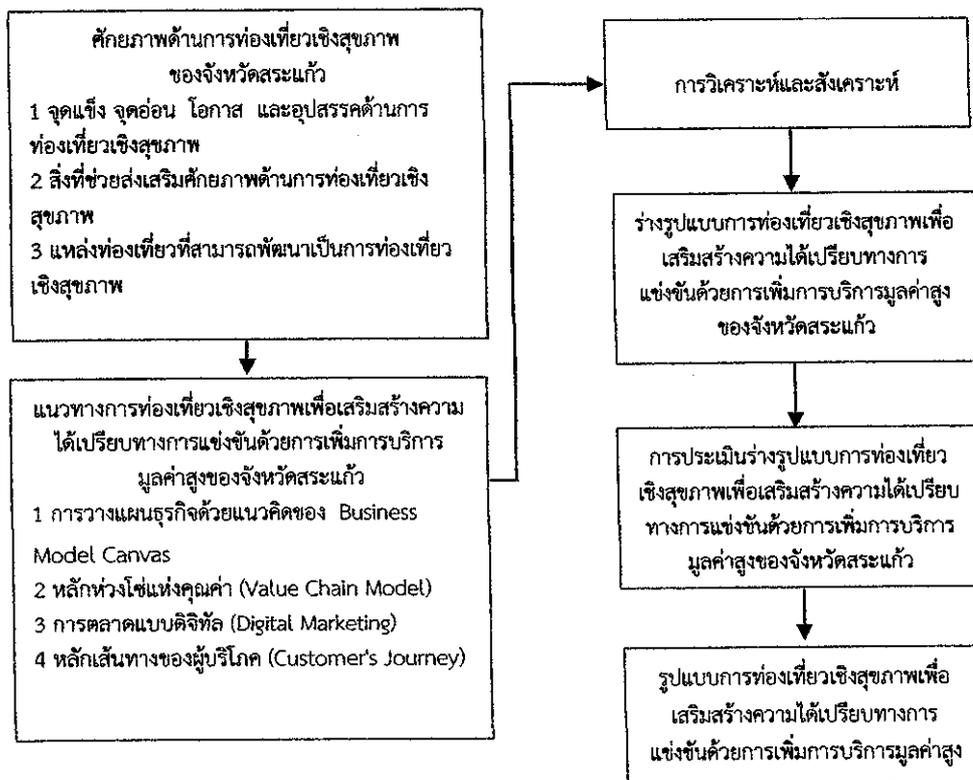
และการให้ คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการบ่อน้ำพุร้อน ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้าน กิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจด้านอาบน้ำแร่ แช่น้ำเพื่อ สุขภาพ มีสปาและนวดแผนไทยไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีบริการเช่าจักรยานให้นักท่องเที่ยว ได้ชม ทัศนียภาพโดยรอบบ่อน้ำพุร้อน และมีร้านขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและ เลือกซื้อของ ฝาก ตามลำดับ

tomasovic (2015) ศึกษาเรื่องเมื่อผู้สูงอายุเลือก: ปัจจัยไหนบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจใน กลุ่ม ผู้สูงอายุในการเลือกบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ เกี่ยวข้องกับทางทะเลหรือในทวีป เป็น 2 หัวข้อที่ถูกเลือกโดยผู้ได้รับผลประโยชน์ที่สูงอายุที่มี วัตถุประสงค์ในการนำบุตรรักษา เราเสนอว่าสภาพอากาศ ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ การรักษาตาม ธรรมชาติในท้องถิ่นนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริการที่ต่างกันถูกเลือกโดยกลุ่มผู้สูงอายุที่ต่างกัน รูปแบบของ croatia ประเทศที่สร้างขึ้นมาจากสาขาของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถูกใช้ประโยชน์ใน วัตถุประสงค์นี้ ความต่างกันประเภทของผู้ได้รับผลประโยชน์ถูกคาดหวังเนื่องจากผลกระทบ ของการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางทะเล (ทะเล, สภาพอากาศแบบ mediteranean) และทวีป (น้ำแร่, โคลนที่ใช้ รักษา) นอกจากนี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันอย่างมากมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ในการเลือกการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปัจจัยดังกล่าวรวมถึงระดับความชอบ (ที่มีการเน้นย้ำถึง ความเป็นอยู่และสุขภาพ) โอกาสในการทำสันทนาการ อิทธิพลของตลาด ต้นทุน (ราคา) และบริการ ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ หลากหลายในบริเวณนั้น ๆ ยิ่งไปกว่านั้น จิตสังคมและลักษณะ ภายนอกของแต่ละคน ทัศนคติ และ ภาวะที่ทำให้ร่างกายอ่อนแออื่น ๆ ที่ตรวจพบในการศึกษา ก่อนหน้านี้ ส่งผลสำคัญในการตัดสินใจ เราไม่ ควรมองข้ามคุณลักษณะของประชากรและ ธรรมเนียมปฏิบัติในกลุ่มผู้สูงอายุการยืนยันข้อสันนิษฐานของ เราอาจเปลี่ยนแนวทางทั่วไปที่มีต่อ กลุ่มผู้ได้รับประโยชน์ที่สูงอายุ (อายุ 65 ปีขึ้นไป) ในการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ แนวทางนี้มีมักจะ ขึ้นอยู่กับเกณฑ์อายุเป็นส่วนมาก เนื้อหาของการศึกษานี้จะเป็นแผนงานในการ พัฒนากลยุทธ์ ระดับโลกของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ครอบคลุมและยั่งยืน

peto (2013) ศึกษาเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อคุณภาพชีวิตของ ชาวเมือง hajduszoboszlo ประเทศ ฮังการี ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพชีวิตประกอบไปด้วย 4 กลุ่ม ความปลอดภัย ในชีวิต ระดับการพัฒนาการตั้งถิ่นฐาน เวลาการสันทนาการ และมุมมองของแต่ละคนทั้ง สี่กลุ่มรวมกันเป็น แบบจำลองของคุณภาพชีวิต การมีน้ำแร่ถูกจัดให้เป็นส่วนประกอบใน ความปลอดภัยในชีวิต เนื่องจาก น้ำแร่และบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องนั้นให้ช่องทาง ทำมาหากินแก่ผู้อยู่อาศัยการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ผลกระทบทางบวกแก่ความพึงพอใจในชีวิต และความ สุข ผู้วิจัยพบว่าค่าที่วัด ความสุขและความพึงพอใจในชีวิตของคนที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นสูงกว่าทั้งในกลุ่ม ตัวอย่างย่อยและกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของประชากร

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว เป็นการวิจัยลักษณะของการวิจัยและพัฒนา (research and development) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

3.1 การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

- 3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.1.3 เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 การศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

- 3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2.3 เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3 การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

- 3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3.3 เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยวฯ จำนวน 17 คน เนื่องจากจำนวนนี้จะมี ความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดและไม่ควรมีมากเกินไปเพราะอาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในการติดตาม คำตอบ และอาจได้บุคคลที่ไม่เชี่ยวชาญในประเด็นเรื่องที่ได้ศึกษาตามแนวคิดของบุญธรรม กิจปรีดา บริสุทธิ์ (2554) โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบ

ก้อนหิมะ (snowball sampling) ควบคู่กัน ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

3.1.1.1 มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว

3.1.1.2 มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดสระแก้ว

3.1.1.3 มีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยการนัดหมายวันสัมภาษณ์ตามวัน เวลา และสถานที่ตามผู้ให้ข้อมูลหลักสะดวก จากนั้นจึงรวบรวมและผลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูล และจำแนกออกเป็นประเด็นสำคัญ เพื่อเป็นการเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบตามหลักวิชาการ

3.1.3 เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1.3.1 เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

3.1.3.2 การดำเนินการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

2) สร้างแบบสัมภาษณ์เรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว โดยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structure interview) ซึ่งมีประเด็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต และแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3) นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ความถูกต้องของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ (content validity) และหาความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (ioc : item objective congruence) เท่ากับ 0.97 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปจึงถือว่าเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977)

4) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยวฯ จำนวน 17 คน เหตุเพราะจำนวนนี้จะมีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดและไม่ควรมี

มากเกินไป เนื่องจากอาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในการติดตามคำตอบ และอาจได้บุคคลที่ไม่เชี่ยวชาญในประเด็นเรื่องที่ได้ศึกษาตามแนวคิดของบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2554) โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบก้อนหิมะ (snowball sampling) ควบคู่กัน ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย อาทิเช่น มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดสระแก้ว และมีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เรื่อง การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) จากแบบสัมภาษณ์เรื่อง ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วแล้วนำมาเขียนเป็นความเรียงเชิงพรรณนา

3.2 การศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยวฯ จำนวน 17 คน เนื่องจากจำนวนนี้จะมี ความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดและไม่ควรมีมากเกินไปเพราะอาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในการติดตามคำตอบ และอาจได้บุคคลที่ไม่เชี่ยวชาญในประเด็นเรื่องที่ได้ศึกษาตามแนวคิดของบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2554) โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบก้อนหิมะ (snowball sampling) ควบคู่กัน ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

3.2.1.1 มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว

3.2.1.2 มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดสระแก้ว

3.2.1.3 มีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยการนัดหมายวันสัมภาษณ์ตามวัน เวลา และสถานที่ตามผู้ให้ข้อมูลหลักสะดวก จากนั้นจึงรวบรวมและผลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูล และจำแนกออกเป็นประเด็นสำคัญ เพื่อเป็นการเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบตามหลักวิชาการ

3.2.3 เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.2.3.1 เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เรื่องแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

3.2.3.2 การดำเนินการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงด้วยแนวคิดการวางแผนธุรกิจ ห่วงโซ่แห่งคุณค่า การตลาดแบบดิจิทัล และหลักเส้นทางของผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

2) สร้างแบบสัมภาษณ์เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structure interview) ซึ่งมีประเด็นเกี่ยวกับแนวคิดการวางแผนธุรกิจ ห่วงโซ่แห่งคุณค่า การตลาดแบบดิจิทัล และหลักเส้นทางของผู้บริโภค

3) นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ความถูกต้องของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ (content validity) และหาความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (ioc : item objective congruence) เท่ากับ 0.93 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป จึงถือว่าเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ(Rovinelli & Hambleton, 1977)

4) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วไปเก็บข้อมูลกับผู้ใช้ข้อมูลหลัก คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยว จำนวน 17 คน เหตุเพราะจำนวนนี้จะมีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดและไม่ควรมีมากเกินไป เนื่องจากอาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในการติดตามคำตอบ และอาจได้บุคคลที่ไม่เชี่ยวชาญในประเด็นเรื่องที่ได้ศึกษาตามแนวคิดของบุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ (2554) โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบก้อนหิมะ (snowball sampling) ควบคู่กัน ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย อาทิเช่น มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดสระแก้ว และมีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เรื่องการศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) จากแบบสัมภาษณ์เรื่องแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วแล้วนำมาเขียนเป็นความเรียงเชิงพรรณนา

3.3 การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยวฯ จำนวน 17 คน เนื่องจากจำนวนนี้จะมี ความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดและไม่ควรมีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในการติดตามคำตอบ และอาจได้บุคคลที่ไม่เชี่ยวชาญในประเด็นเรื่องที่ได้ศึกษาตามแนวคิดของบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2554) โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบก้อนหิมะ (snowball sampling) ควบคู่กัน ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

- 1 มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว
- 2 มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัด

สระแก้ว

- 3 มีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัด

สระแก้ว

กลุ่มที่ 2 ในขั้นตอนของการตรวจสอบความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติของ รำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว จำนวน 370 คน ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาแน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณสูตรหาจำนวนขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบ จำนวนประชากรของ Cochran (1977) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = p(1-p)z^2$$

โดย n = จำนวนขนาดตัวอย่าง

P = ค่าสัดส่วนที่ต้องการสุ่ม (กำหนดเท่ากับ 0.40)

Z = ค่าคะแนนมาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

(= 1.96 เมื่อกำหนดค่าความเชื่อมั่นในการทดสอบ คือ 95%)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (= 0.05 หรือ 5%)

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณได้ ดังนี้

$$n = 0.40(1-0.40)(1.96)^2$$

$$n = 368.79$$

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 370 คน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย อาทิเช่น มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดสระแก้ว และมีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว โดยสามารถอุทิศเวลาให้กับการตอบคำถามได้ตลอดระยะเวลาที่ ดำเนินการวิจัยด้วยความสมัครใจ

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยการนัดหมายวันสัมภาษณ์ แจกและรับคืนแบบสอบถาม ตามวัน เวลา และสถานที่ตามผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้กลุ่มตัวอย่างสะดวก จากนั้นจึงรวบรวมและผลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูล และจำแนกออกเป็นประเด็นสำคัญ เพื่อเป็นการเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบตามหลักวิชาการ

3.3.3 เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.3.3.1 เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว และแบบสอบถามเรื่องร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

3.3.3.2 การดำเนินการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) แบบสัมภาษณ์เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

1.1) ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ร่วมกับผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์แบบสัมภาษณ์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว และแบบสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

1.2) สร้างแบบสัมภาษณ์เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structure interview) ซึ่งมีประเด็นเกี่ยวกับกระบวนการต้นน้ำ กระบวนการกลางน้ำ และกระบวนการปลายน้ำของรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

1.3) นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ความถูกต้องของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ (content validity) และหาความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (ioc : item objective congruence) เท่ากับ 0.93 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปจึงถือว่าเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977)

1.4) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยว จำนวน 17 คน เหตุเพราะจำนวนนี้จะมีหลากหลายเคลื่อนน้อยที่สุดและไม่ควรมีมากเกินไป เนื่องจากอาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในการติดตามคำตอบ และอาจได้บุคคลที่ไม่เชี่ยวชาญในประเด็นเรื่องที่ได้ศึกษาตามแนวคิดของบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2554) โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบก้อนหิมะ (snowball sampling) ควบคู่กัน ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย อาทิ มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดสระแก้ว และมีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เรื่องการพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

2) แบบสอบถามเรื่องารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

2.1) ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ร่วมกับผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์แบบสัมภาษณ์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว แบบสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว และแบบสัมภาษณ์เรื่องารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

2.2) สร้างแบบสอบถามารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว แบบมาตราส่วน (rating scale) 5 ระดับ ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยผู้วิจัยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนน ดังนี้

ปฏิบัติในระดับมากที่สุด	5 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไป
ปฏิบัติในระดับมาก	4 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไป
ปฏิบัติในระดับปานกลาง	3 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไป
ปฏิบัติในระดับน้อย	2 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไป
ปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด	1 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไป

การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1977) มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Maximum - Minimum} &= \text{คะแนนสูงสุด - ต่ำสุด} \\ \text{Interval} &= \frac{\quad}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติในระดับมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติในระดับมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติในระดับปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติในระดับน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าข้อความนั้นมีความเหมาะสม /ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด

2.3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ความถูกต้องของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ (content validity) และหาความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (ioc : item objective congruence) เท่ากับ 0.90 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปจึงถือว่าเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977) ต่อจากนั้นจึงนำไปทดลอง

ใช้ (try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha-coefficient) ตามวิธีของครอนบัค (Cronbach) ที่ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.88 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Nunnally & Bernstein, 1994)

2.4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว จำนวน 370 คน ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาแน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณสูตรหาจำนวนขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบ จำนวนประชากรของ Cochran (1977) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = p(1-p)z^2$$

โดย n = จำนวนขนาดตัวอย่าง

P = ค่าสัดส่วนที่ต้องการสุ่ม (กำหนดเท่ากับ 0.40)

Z = ค่าคะแนนมาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

(= 1.96 เมื่อกำหนดค่าความเชื่อมั่นในการทดสอบ คือ 95%)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (= 0.05 หรือ 5%)

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณได้ ดังนี้

$$n = 0.40(1-0.40)(1.96)^2$$

$$n = 368.79$$

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 370 คน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย อาทิเช่น มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว มีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความเกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดสระแก้ว และมีหน้าที่ความสนใจหรือความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว โดยสามารถอุทิศเวลาให้กับการตอบคำถามได้ตลอดระยะเวลาที่ ดำเนินการวิจัยด้วยความสมัครใจ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เรื่องการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.4.1 การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) จากแบบสัมภาษณ์เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว แล้วนำมาเขียนเป็นความเรียงเชิงพรรณนา

3.3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ เช่น ค่าดัชนีความสอดคล้อง ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการแปลค่าตามเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อทราบความเหมาะสม/ความเป็นไปได้

ในการนำไปสู่การปฏิบัติของรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบการ
แข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

4.2 ผลการศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบ
ทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

4.3 ผลการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบ
ทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

4.1 ผลการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจ
ท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว
ด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยวฯ จำนวน 17 คน ระหว่างวันที่ 18 กรกฎาคม - 19 ตุลาคม
2563 โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบก้อนหิมะ
(snowball sampling) ควบคู่กัน

สามารถสรุปผลการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วได้ดังนี้

4.1.1 ศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง
จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1.1.1 จังหวัดสระแก้วมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ

1) การมีโรงพยาบาลที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องการแพทย์แผนไทยและ
การแพทย์ทางเลือก จำนวน 2 แห่ง คือ โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานครและโรงพยาบาลวังน้ำ
เย็น โดยเฉพาะโรงพยาบาลวังน้ำเย็นที่มีความเหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
เนื่องจากมีกระบวนการสร้างเครือข่ายร่วมกับหมู่บ้านทับทิมสยาม 05 และมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลาย เช่น การให้การรักษาด้วยยาสมุนไพรและหัตถการทางการแพทย์
แผนไทย การตรวจธาตุเจ้าเรือนและการตรวจชีพจรเพื่อการรับโปรแกรมดูแลสุขภาพทาง
การแพทย์แผนไทย การนวดลูกประคบ การทำสปา การแช่มือ-แช่เท้า การมีสวนสมุนไพรเพ็ญภา
ที่รวบรวมพืชสมุนไพรด้านสาธารณสุขพื้นฐาน ว่าน และพันธุ์ไม้หายาก เช่น ว่านน้ำ เจตมูลเพลิง ส้ม
ซ่า กำลั้งวัวเถลิง ซึ่งเหมาะสมกับการเป็นแหล่งการเรียนรู้ การจำหน่ายยาสมุนไพร การผลิตยา
สมุนไพรที่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การผลิตยาสมุนไพรที่ดี (GMP) โดยการรับวัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรใน
ชุมชนวังน้ำเย็นเพื่อนำมาแปรรูปและผลิตยาสมุนไพร

2) การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิธีการ
ดั้งเดิมในการดำเนินชีวิต รวมถึงแหล่งปลูกสมุนไพรและพืชผักปลอดสารหลายแห่ง เช่น อุทยาน
แห่งชาติปางสีดา อุทยานแห่งชาติตาพระยา โรงเรียนกาสรกสิวิทย์ สวนพฤกษศาสตร์วังน้ำเย็น

กลุ่มทำเกษตรอินทรีย์ หมู่บ้านทับทิมสยาม 05 เป็นต้น ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพได้ เช่น การเล่นน้ำ การชมธรรมชาติเพื่อการผ่อนคลาย การขี่จักรยานชมธรรมชาติ การให้บริการด้านสุขภาพ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร การจำหน่ายอาหารปลอดภัย และแหล่งเรียนรู้ด้านสุขภาพ เป็นต้น

3) การเป็นจังหวัดติดกับประเทศกัมพูชาและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือจังหวัดอื่นๆ โดยเฉพาะกรุงเทพ เนื่องจากการคมนาคมสะดวก และใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่นาน

4) การมีโครงการยุทธศาสตร์สระแก้วเมืองแห่งความสุขภายใต้ 4 ดี วิถีพอเพียงที่เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนเป็นคนดี สุขภาพดี รายได้ดี และสิ่งแวดล้อมดีเพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสังคมคุณภาพ ซึ่งการสร้างสุขภาพดีนั้นมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากมีการให้ความสำคัญกับการพึ่งพาธรรมชาติ การจัดกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกายและทางจิต และการใช้วิธีการดั้งเดิมในการรักษาสุขภาพ

4.1.1.2 จังหวัดสระแก้วมีจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ

1) การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เช่น การประชาสัมพันธ์ การสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว การจัดระเบียบหรือปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการสร้างช่องทางสังคมออนไลน์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

2) การมีสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ค่อนข้างกระจายตัว จึงทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางนาน

3) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ และชุมชนยังไม่มีแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชัดเจน

4) การที่จังหวัดสระแก้วเป็นการท่องเที่ยวเมืองรอง เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก และไม่ใช่ว่าจังหวัดลำดับแรกๆที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงหรือเลือกมาเที่ยว

5) การที่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะรู้จักเฉพาะตลาดโรงเกลือ

4.1.1.3 จังหวัดสระแก้วมีโอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ

1) ปัญหาด้านมลภาวะสิ่งแวดล้อมและการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวได้มีการให้ความสำคัญของการรักษาสุขภาพมากขึ้น ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคต

2) การเผยแพร่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์มีมากขึ้น เช่น การจัดงานวิ่งมาราธอน การรณรงค์เรื่องการมีสุขลักษณะที่ดี ซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้และตระหนักให้กับคนทั่วไปกลับมาทบทวนและให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพมากขึ้น

3) การใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ ของผู้คนในปัจจุบันและอนาคต ทำให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวสามารถสร้างและรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถได้ง่ายขึ้น

4) การที่รัฐบาลกำหนดให้จังหวัดสระแก้วเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้จังหวัดสระแก้วเป็นอีกหนึ่งศูนย์กลางการกระจายสินค้าจากประเทศไทยและประเทศต่างๆ ไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศอื่นๆ ซึ่งอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจทั่วไปมีการเดินทางเข้ามาในจังหวัดจำนวนมากขึ้น

5) การที่แผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว (พ.ศ.2561 – 2564) ได้มีการกำหนดหน้ให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวทางเลือกของจังหวัดที่จะมีการสนับสนุนให้เกิดขึ้นในอนาคต

4.1.1.4 จังหวัดสระแก้วมีอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ

1) สภาพเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดีทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย
 2) การรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้วที่น้อย เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะรับรู้และให้ความสนใจโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร์ของจังหวัดปราจีนบุรีมากกว่า

3) นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเมืองรอง

4) นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังไม่สามารถเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยได้ตามปกติ และผู้ประกอบการมีจำนวนน้อยลงเนื่องจากผลประกอบการไม่ดีหรือยกเลิกกิจการ

ทั้งนี้ สามารถสรุปภาพรวมเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) ได้ดังนี้

ศักยภาพของจังหวัดสระแก้ว ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) **SWOT**



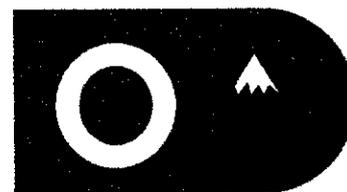
STRENGTHS

1. การมีโรงพยาบาลที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก จำนวน 2 แห่ง คือ โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัดนานนครและโรงพยาบาลวังน้ำเย็น
2. การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีการดั้งเดิมในการดำเนินชีวิต รวมถึงแหล่งปลูกสมุนไพรและพืชผักปลอดสารหลายแห่ง
3. การเป็นจังหวัดติดกับประเทศกัมพูชาและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือจังหวัดอื่นๆ โดยเฉพาะกรุงเทพฯ
4. การมีโครงการยุทธศาสตร์สระแก้วเมืองแห่งความสุขภายใต้ 4 ดี วิถีท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนเป็นคนดี สุขภาพดี รายได้ดี และสิ่งแวดล้อมดี เพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสังคมคุณภาพ



WEAKNESSES

1. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เช่น การประชาสัมพันธ์ การสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว การจัดระเบียบหรือปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการสร้างสื่อทางสังคมออนไลน์
2. การมีสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ค่อนข้างกระจ่ายตัว
3. ภาครัฐ/ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ/ชุมชนไม่มีแนวทางการจัดการที่ชัดเจน
4. จังหวัดสระแก้วเป็นการท่องเที่ยวเมืองรอง
5. แหล่งท่องเที่ยวอื่นขุยยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ซึ่งส่วนใหญ่จะรู้จักแค่ตลาดโรงเกลือ



OPPORTUNITIES

1. ปัญหาด้านมลภาวะสิ่งแวดล้อมและการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวได้มีการให้ความสำคัญของการรักษาสุขภาพมากขึ้น
2. การเผยแพร่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพสื่อมีมากขึ้น
3. การใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ (Social Media) ของผู้คนในปัจจุบันและอนาคต
4. การที่รัฐบาลกำหนดให้จังหวัดสระแก้วเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ
5. การกำหนดแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว (พ.ศ.2561 - 2564) ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งการท่องเที่ยวทางเลือกของจังหวัด



THREATS

1. สุขภาพเป็นหนึ่งการท่องเที่ยวทางเลือกของจังหวัด
2. การรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้วที่น้อย
3. นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเมืองรอง
4. นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังไม่สามารถเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยได้ตามปกติ

ภาพที่ 2 ศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT
(จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค)

ศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

1 จังหวัดสระแก้วมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 4 ประเด็น คือ 1 การมีโรงพยาบาลที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก จำนวน 2 แห่ง คือ โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานครและโรงพยาบาลวังน้ำเย็น โดยเฉพาะโรงพยาบาลวังน้ำเย็นที่มีความเหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากมีกระบวนการสร้างเครือข่ายร่วมกับหมู่บ้านหัตถิมาสยาม 05 และมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลาย 2 การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิธีการดั้งเดิมในการดำเนินชีวิตและแหล่งปลูกสมุนไพรและพืชผักปลอดสารหลายแห่งซึ่งสามารถจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพได้ 3 การเป็นจังหวัดติดกับประเทศกัมพูชาและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ และ 4 การมีโครงการยุทธศาสตร์สระแก้วเมืองแห่งความสุขภายใต้ 4 ดี วิถีพอเพียงที่เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนเป็นคนดี สุขภาพดี รายได้ดี และสิ่งแวดล้อมดีเพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสังคมคุณภาพ ซึ่งการสร้างสุขภาพดีนั้นมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2 จังหวัดสระแก้วมีจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ 1 การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เช่น การประชาสัมพันธ์ การสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว การจัดระเบียบหรือปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการสร้างสื่อทางสังคมออนไลน์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 2 การมีสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ค่อนข้างกระจายตัว จึงทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางนาน 3 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ และชุมชนยังไม่มีแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชัดเจน 4 การที่จังหวัดสระแก้วเป็นการท่องเที่ยวเมืองรอง เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก และไม่ใช่ว่าจังหวัดลำดับแรกๆที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงหรือเลือกมาเที่ยว และ 5 การที่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะรู้จักเฉพาะตลาดโรงเกลือ

3 จังหวัดสระแก้วมีโอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ 1 ปัญหาด้านมลภาวะสิ่งแวดล้อมและการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวได้มีการให้ความสำคัญของการรักษาสุขภาพมากขึ้น 2 การเผยแพร่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์มีมากขึ้น 3 การใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ของผู้คนในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวสามารถสร้างและรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถได้ง่ายขึ้น 4 การที่รัฐบาลกำหนดให้จังหวัดสระแก้วเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้จังหวัดสระแก้วเป็นอีกหนึ่งศูนย์กลางการกระจายสินค้าจากประเทศไทยและประเทศต่างๆ ไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศอื่นๆ และ 5 การที่แผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว (พ.ศ.2561 – 2564) ได้มีการกำหนดหนดให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวทางเลือกของจังหวัดที่จะมีการสนับสนุนให้เกิดขึ้นในอนาคต

4 จังหวัดสระแก้วมีอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 4 ประเด็น คือ 1 สภาพเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดีทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย 2 การรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของ

จังหวัดสระแก้วที่น้อย 3 นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเมืองรอง และ 4 นโยบาย และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังไม่สามารถเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยได้ตามปกติ และผู้ประกอบการมีจำนวนน้อยลง

4.1.2 สิ่งที่จะส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต สามารถสรุปได้ว่า

4.1.2.1 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว ผ่านด้วยสื่อที่หลากหลายโดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว

4.1.2.2 การให้ความสนใจเรื่องการรักษาสุขภาพของคนในปัจจุบันที่มีมากขึ้น

4.1.2.3 การมีแผนหรือแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่ชัดเจน เช่น การมีโปรแกรมการท่องเที่ยว การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการมีความร่วมมือในการทำงานอย่างเป็นระบบ เป็นต้น

4.1.2.4 การมีส่วนร่วมและการสร้างรายได้ให้ชุมชนหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยเน้นการใช้แรงงานหรือทรัพยากรของจังหวัดสระแก้ว และความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

4.1.2.5 การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว และกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การมีป้ายบอกทาง สินค้าหรือการบริการ ข้อมูลเรื่องแหล่งท่องเที่ยว และเรื่องการบริหารสุขภาพ สภาพถนนที่ดีมีความเหมาะสมแก่การเดินทาง สถานที่พักที่มีความสะอาด สะดวก และปลอดภัย การมีสถานที่ออกกำลังกายเพื่อผ่อนคลาย การมีอาหารที่สะอาด ปลอดภัย การมีการขายสินค้าและผลผลิตจากสวน การมีการขี่จักรยานชมเมืองหรือเที่ยวชมทิวทัศน์ และมีการเรียนรู้เรื่องการดูแลสุขภาพที่ดี เป็นต้น

4.1.2.6 การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแพทย์พื้นบ้าน แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้ว เช่น หมู่บ้านทับทิมสยาม 05 ที่สามารถพัฒนาต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

ทั้งนี้ สามารถสรุปภาพรวมเกี่ยวกับสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต ได้ดังนี้

สิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้จ.สระแก้ว มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต

1. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว
2. การให้ความสนใจเรื่องการรักษาสุขภาพของคนในปัจจุบันที่มีมากขึ้น
3. การมีแผนหรือแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่ชัดเจน เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และความร่วมมือในการทำงานอย่างเป็นระบบ
4. การมีส่วนร่วมและการสร้างรายได้ให้ชุมชนหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยเน้นการใช้แรงงานหรือทรัพยากรของจังหวัดสระแก้ว และความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ
5. การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว และกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
6. การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแพทย์พื้นบ้าน แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้ว



ภาพที่ 3 สิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต

สิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต สามารถสรุปภาพได้ 6 ประเด็น คือ 1 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วด้วยสื่อที่หลากหลายโดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว 2 การให้ความสนใจเรื่องการรักษาสุขภาพของคนในปัจจุบันที่มีมากขึ้น 3 การมี

แผนหรือแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่ชัดเจน เช่น การมีโปรแกรมการท่องเที่ยว การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างเป็นระบบ เป็นต้น 4 การมีส่วนร่วมและการสร้างรายได้ให้ชุมชนหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยเน้นการใช้แรงงานหรือทรัพยากรของจังหวัดสระแก้ว และความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ 5 การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว และกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 6 การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแพทย์พื้นบ้าน แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้ว เช่น หมู่บ้านทับทิมสยาม 05 ที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

4.1.3 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถสรุปได้ว่า

4.1.3.1 โรงพยาบาลวังน้ำเย็น ถือเป็นโรงพยาบาลที่มีการรักษาแบบผสมผสานร่วมกันระหว่างการรักษาแพทย์แผนไทยกับการแพทย์แผนปัจจุบันอย่างเป็นระบบ โดยมีการดำเนินการที่เป็นเครือข่ายร่วมกับชุมชนหมู่บ้านทับทิมสยาม 05 ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลาย เช่น การนวดเพื่อสุขภาพ การนวดตัว การนวดเท้า การนวดสพ การอบสมุนไพรชาวน้ำ การตรวจธาตุเจ้าเรือน การสาธิตอาหารตามธาตุ อาหารสมุนไพร การบำบัดมือเกลือ การนึ่งถ่าน การประคบสมุนไพร การเรียนรู้ด้านการแพทย์แผนไทย การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร การให้การรักษาด้วยยาสมุนไพรและตัดการทางการแพทย์แผนไทย การเรียนรู้พืชสมุนไพรที่ได้มีการรวบรวมไว้ที่สวนสมุนไพรเพ็ญณา รวมถึง การเรียนรู้กระบวนการผลิตยาสมุนไพรจากโรงงานผลิตยาสมุนไพรของโรงพยาบาลที่เน้นการรับวัตถุดิบสมุนไพรในชุมชนในพื้นที่วังน้ำเย็นและหมู่บ้านทับทิมสยาม 05

4.1.3.2 โครงการทับทิมสยาม 05 ถือเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จัดตั้งขึ้นตามโครงการของศาสตราจารย์ ดร.สมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี องค์ประธานสถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางการช่วยเหลือการศึกษาและพัฒนาหมู่บ้านสำหรับการสร้างอาชีพแก่คนในชุมชน โดยสนับสนุนให้คนให้หมู่บ้านปลูกสมุนไพรที่หลากหลายตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เช่น กระเจี๊ยบแดง เถาวัลย์เปรียง เก๊กฮวย ชาปัญจพันธ์ ไพล ฯ และการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ไม่ว่าจะเป็น สมุนไพรอบแห้ง ลูกประคบ สบู่สมุนไพร น้ำมันเหลือง น้ำมันไพล ยาหม่องไพล เพื่อจำหน่ายให้โรงพยาบาลต่างๆ เช่น โรงพยาบาลวังน้ำเย็น และโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร์ เป็นต้น รวมถึง สภาพภูมิศาสตร์ของโครงการทับทิมสยาม 05 นี้ มีลักษณะเป็นพื้นที่ที่ล้อมรอบไปด้วยภูเขาทำให้มีความสวยงามและเหมาะสมกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเนื่องจากสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลาย เช่น การถ่ายภาพและชมวิวทิวทัศน์ บริเวณจุดโค้งมหัศจรรย์และจุดชมวิว 360 องศา การเที่ยวชมและศึกษาเรียนรู้บริเวณแปลงปลูกสมุนไพร การเที่ยวชมทุ่งดอกเก๊กฮวยช่วงประมาณเดือนพฤศจิกายนถึงมกราคมของทุกปี การเรียนรู้วิถีชุมชน การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร การศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพร การปั่นจักรยานหรือการเดินออกกำลังกายในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย

การเรียนรู้กระบวนการปลูกและเก็บผลผลิตอบแห้งเพื่อทำยาสมุนไพร การทำลูกประคบ และการเย็บหมขมแปลงสมุนไพรและโรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

4.1.3.3 อุทยานแห่งชาติปางสีดา เป็นหนึ่งในผืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็นเขาใหญ่ และเป็นป่าที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และมีค่า เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า โดยมีพื้นที่ครอบคลุมจังหวัดสระแก้วและจังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งถือเป็นหนึ่งในการเพิ่มโอกาสในการรับรู้ของนักท่องเที่ยว รวมถึงสภาพที่ภูเขาสูงชันสลับซับซ้อนและเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารของแม่น้ำบางปะกงจึงสามารถจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลาย เช่น การเล่นน้ำตกปางสีดา การเล่นน้ำตกผาตะเคียน การเล่นน้ำตกน้ำโตน การชมวิวที่จุด กม.25 การชมผีเสื้อบริเวณลานหินดาซ การทำโป่งเทียมให้ผีเสื้อ การชมทุ่งดอกกุสิดา การศึกษาธรรมชาติบริเวณทุ่งหญ้าบุตาปอด และการออกกำลังกายกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น การปั่นจักรยาน การเดินป่า การปีนเขา การปั่นจักรยาน การพายเรือ เป็นต้น

4.1.3.4 โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานคร ถือเป็นโรงพยาบาลที่มีการรักษาแบบผสมผสานร่วมกันระหว่างการแพทย์แผนไทยกับการแพทย์แผนปัจจุบัน และมีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่ทันสมัย ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลาย เช่น การนวดบำบัดอาการ การอบสมุนไพร การฝังเข็ม การครอบแก้ว การดูแลมารดาหลังคลอด ซากระตุนน้ำมัน การนวดกระตุนน้ำมัน นวดผ่อนคลาย การอบสมุนไพร การทักหมมือเกลือ การดูแลผู้สูงอายุโรคข้อเข่าเสื่อมด้วยการประคบสูตรหมักสมุนไพร การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร เป็นต้น

4.1.3.5 รอยยิ้มบ้านดิน เป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตรตามแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และผู้ประกอบการมีความสนใจเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความสามารถด้านสื่อโซเชียลมีเดีย และดำรงตำแหน่งประชาสัมพันธ์ของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลาย เช่น การทำเกษตรอินทรีย์และแนวคิดทฤษฎีใหม่ การจัดค่ายเรียนรู้วิถีชีวิตบ้านดินและเกษตรแบบพึ่งตนเอง การรับประทานผักปลอดสารพิษ และการดูแลสุขภาพเบื้องต้นด้วยสมุนไพร พอกหน้าด้วยสมุนไพร อบสมุนไพร แช่มือแช่เท้า เป็นต้น

4.1.3.6 บ้านคลองอาราง เป็นชุมชนให้ความสำคัญกับการดำเนินชีวิตตามวิถีคุณธรรมและอยู่ร่วมกับธรรมชาติด้วยธรรมนุญชุมชน ซึ่งมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การปั่นจักรยานชมธรรมชาติและป่าสมุนไพร การรับประทานอาหารพื้นบ้าน เช่น ข้าวหอมใบตอง การต้มเครื่องต้มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร เป็นต้น

ทั้งนี้ สามารถสรุปภาพรวมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวใน จ.สระแก้ว

ที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- 1. โรงพยาบาลวังน้ำเย็น**
 โรงพยาบาลที่มีการรักษาแบบผสมผสานร่วมกับระหว่างการแพทย์แผนไทยกับการแพทย์แผนปัจจุบันอย่างเป็นระบบ โดยมีการดำเนินการที่เป็นเครือข่ายร่วมกับชุมชนหมู่บ้านพื้นถิ่นสถาน05


- 2. โครงการทับทิมสยาม 05**
 เป็นศูนย์กลางการช่วยเหลือภายใต้การศึกษาและพัฒนาหมู่บ้านสำหรับการสร้างอาชีพแก่คนในชุมชน โดยสนับสนุนให้คนให้หมู่บ้านปลูกสมุนไพรชนิดต่าง ๆ ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์


- 3. อุทยานแห่งชาติปางสีดา**
 เป็นหนึ่งในสี่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าขนาดใหญ่และเป็นป่าที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และมีค่า


- 4. โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานคร**
 โรงพยาบาลที่มีการรักษาแบบผสมผสานร่วมกับระหว่างการแพทย์แผนไทยกับการแพทย์แผนปัจจุบัน และมีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่ทันสมัย ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลาย


- 5. รอยยิ้มบ้านดิน**
 เป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตรตามแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลาย


- 6. บ้านคลองอาราง**
 เป็นชุมชนให้ความสำคัญกับการดำเนินชีวิตตามวิถีคุณธรรมและอยู่ร่วมกับธรรมชาติด้วยธรรมปัญญาชุมชน ซึ่งมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



ภาพที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบด้วย โรงพยาบาลวังน้ำเย็น โครงการทับทิมสยาม 05 อุทยานแห่งชาติปางสีดา โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานคร รอยยิ้มบ้านดิน และบ้านคลองอาราง

จากการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

1. ด้วยการพัฒนาการบริการมูลค่าสูงของ จังหวัดสระแก้ว

1.1 ศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค)

STRENGTHS S

1. การมีโรงพยาบาลให้บริการเกี่ยวกับเรื่องภาวะชนเผ่าไทยและการแพทย์ทางเลือก จำนวน 2 แห่ง คือ โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวิมานนครและโรงพยาบาลวังน้ำเย็น
2. การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีการดำรงชีพในการดำเนินชีวิต รวมถึงแหล่งปลูกสมุนไพรและพืชสมุนไพรหายากแห่ง
3. การเป็นจังหวัดคิดค้นประเทศในชุมชนและอยู่ในใกล้จากกรุงเทพมหานคร จึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือชาวต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่มแพทย์
4. การมีโครงการเกษตรศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งความสุขภาพได้ 4 วิทยาลัยซึ่งสนับสนุนการพัฒนาอาชีพประชาชนเป็นคนดี สุขภาพดี รายได้ดี และสิ่งแวดล้อมที่ดี เพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสังคมคุณภาพ

OPPORTUNITIES O

1. ปัญหาด้านมลภาวะสิ่งแวดล้อมและการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้คนไทยและนักท่องเที่ยวได้หันมาให้ความสำคัญของการรักษาสุขภาพมากขึ้น
2. การขยายพื้นที่เกี่ยวกับภารกิจกรมส่งเสริมสุขภาพสื่อมากขึ้น
3. การเติบโตทางสังคมออนไลน์ (Social Media) ของผู้คนในปัจจุบันและอนาคต
4. การที่รัฐบาลกำหนดให้จังหวัดสระแก้วเป็นเมืองเศรษฐกิจพิเศษ
5. การกำหนดเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษสระแก้ว (พ.ศ. 2561 - 2564) ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวหลักของจังหวัด

WEAKNESSES W

1. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เช่น การประชาสัมพันธ์ การสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว การจัดระเบียบหรือปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์
2. การมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ขาดแคลนอยู่ก่อนเข้ามารถวายตัว
3. ภาครัฐ/ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ/ชุมชนไม่มีแนวทางการจัดการที่ชัดเจน
4. จังหวัดสระแก้วเป็นการท่องเที่ยวที่มีมือรอง
5. แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ซึ่งส่วนใหญ่จะรู้จักกันคืออำเภอคลอง

THREATS T

1. สุขภาพเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวทางเลือกของจังหวัด
2. การรับรู้และความสำเร็จของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้วที่น้อย
3. นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีมือรอง
4. นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้านการท่องเที่ยวอาจภาครัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังไม่สามารถเดินทางมาที่สระแก้วประเทศไทยได้จนปกติ

1.2 สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต

1. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว
2. การให้ความสำคัญเรื่องการรักษาสุขภาพของคนในปัจจุบันที่มีมากขึ้น
3. การมีแผนหรือแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่ชัดเจน เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และความร่วมมือในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ
4. การมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว และกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
5. การส่งเสริมความสะอาดของสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
6. การส่งเสริมผู้ประกอบการด้านสุขภาพทั้งที่บ้าน แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้ว

1.3 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. โรงพยาบาลวังน้ำเย็น

โรงพยาบาลที่มีบริการเวชศาสตร์ผสมผสานร่วมกับระหว่างกรมแพทย์แผนไทย กับกรมแพทย์แผนปัจจุบัน อย่างเป็นระบบโดยมีการดำเนินการที่เป็นเครือข่ายร่วมกับชุมชนหมู่บ้านที่ทันสมัย 05

2. โครงการทับทิมสยาม 05

เป็นศูนย์กลางการจำหน่ายสินค้าทางการศึกษาและวัฒนธรรมบ้าน สำหรับการสร้างจิตสำนึกในชุมชน โดยสนับสนุนให้คนในหมู่บ้านปลูกสมุนไพรหายากต่าง ๆ ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

3. อุทยานแห่งชาติปางสีดา

เป็นหนึ่งในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าขนาดใหญ่และเป็นป่าที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และมีค่า

4. โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวิมานนคร

โรงพยาบาลที่มีการรักษาแบบผสมผสานร่วมกับระหว่างกรมแพทย์แผนไทยกับกรมแพทย์แผนปัจจุบัน และมีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่ทันสมัย ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลาย

5. รอยยิ้มบ้านดิน

เป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตรตามแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่สามารถจัดกิจกรรมที่เกี่ยข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หลากหลาย

6. บ้านคลองอาราง

เป็นชุมชนที่มีความสำคัญกับการดำเนินชีวิตตามวิถีวัฒนธรรมและบูรณาการกับธรรมชาติด้วยธรรมชาติชุมชน ซึ่งมีกิจกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ภาพที่ 5 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

1. ศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 จังหวัดสระแก้วมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 4 ประเด็น คือ 1 การมีโรงพยาบาลที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก จำนวน 2 แห่ง คือ โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานครและโรงพยาบาลวังน้ำเย็น โดยเฉพาะโรงพยาบาลวังน้ำเย็นที่มีความเหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากมีกระบวนการสร้างเครือข่ายร่วมกับหมู่บ้านทับทิมสยาม 05 และมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลาย 2 การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีการดั้งเดิมในการดำเนินชีวิตและแหล่งปลูกสมุนไพรและพืชผักปลอดสารหลายแห่งซึ่งสามารถจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพได้ 3 การเป็นจังหวัดติดกับประเทศกัมพูชาและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ และ 4 การมีโครงการยุทธศาสตร์สระแก้วเมืองแห่งความสุขภายใต้ 4 ดี วิถีพอเพียงที่เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนเป็นคนดี สุขภาพดี รายได้ดี และสิ่งแวดล้อมดีเพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสังคมคุณภาพ ซึ่งการสร้างสุขภาพดีนั้นมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.2 จังหวัดสระแก้วมีจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ 1 การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เช่น การประชาสัมพันธ์ การสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว การจัดระเบียบหรือปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการสร้างช่องทางสังคมออนไลน์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 2 การมีสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ค่อนข้างกระจายตัว จึงทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางนาน 3 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ และชุมชนยังไม่มีแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชัดเจน 4 การที่จังหวัดสระแก้วเป็นการท่องเที่ยวเมืองรอง เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านด้านการท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก และไม่ใช่ว่าจังหวัดลำดับแรกๆที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงหรือเลือกมาเที่ยว และ 5 การที่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะรู้จักเฉพาะตลาดโรงเกลือ

1.3 จังหวัดสระแก้วมีโอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ 1 ปัญหาด้านมลภาวะสิ่งแวดล้อมและการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวได้มีการให้ความสำคัญของการรักษาสุขภาพมากขึ้น 2 การเผยแพร่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์มีมากขึ้น 3 การใช้ช่องทางสังคมออนไลน์ของผู้คนในปัจจุบันและอนาคต ทำให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวสามารถสร้างและรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถได้ง่ายขึ้น 4 การที่รัฐบาลกำหนดให้จังหวัดสระแก้วเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้จังหวัดสระแก้วเป็นอีกหนึ่งศูนย์กลางการกระจายสินค้าจากประเทศไทยและประเทศต่างๆ ไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศอื่นๆ และ 5 การที่แผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว (พ.ศ.2561 – 2564) ได้มีการกำหนดหนทางให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวทางเลือกของจังหวัดที่จะมีการสนับสนุนให้เกิดขึ้นในอนาคต

1.4 จังหวัดสระแก้วมีอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 4 ประเด็น คือ 1 สภาพเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย 2 การรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้วที่น้อย 3 นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเมืองรอง และ 4 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังไม่สามารถเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยได้ตามปกติ และผู้ประกอบการมีจำนวนน้อยลง

2. สิ่งที่ยังส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจร และเข้มแข็งในอนาคต สามารถสรุปได้ 6 ประเด็น คือ 1 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วด้วยสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยว 2 การให้ความสนใจเรื่องการรักษาสุขภาพของคนในปัจจุบันที่มีมากขึ้น 3 การมีแผนหรือแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่ชัดเจน เช่น การมีโปรแกรมการท่องเที่ยว การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการมีส่วนร่วมมือในการทำงานอย่างเป็นระบบ เป็นต้น 4 การมีส่วนร่วมและการสร้างรายได้ให้ชุมชนหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยเน้นการใช้แรงงานหรือทรัพยากรของจังหวัดสระแก้ว และความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ 5 การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว และกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 6 การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแพทย์พื้นบ้าน แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้ว เช่น หมู่บ้านทับทิมสยาม 05 ที่สามารถพัฒนาต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

3 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย โรงพยาบาลวังน้ำเย็น โครงการทับทิมสยาม 05 อุทยานแห่งชาติปางสีดา โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานคร รอยยิ้มบ้านดิน และบ้านคลองอาราง

4.2 ผลการศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยวฯ จำนวน 17 คน ระหว่างวันที่ 18 กรกฎาคม – 19 ตุลาคม 2563 โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบก้อนหิมะ (snowball sampling) ควบคู่กัน

สามารถสรุปผลการศึกษานวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ได้ดังนี้

4.2.1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการวางแผนธุรกิจด้วยแนวคิดของ Business Model Canvas สามารถสรุปได้ว่า

4.2.1.1 คุณค่าของสินค้า/บริการที่นำเสนอ คือ การให้บริการเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องต้องตามศาสตร์ของการแพทย์แผนไทยเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีและการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ เช่น การให้คำปรึกษาหรือแนะนำเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพตามปัจเจกบุคคลด้วยการตรวจธาตุเจ้าเรือนและการเรียนรู้อาหารและสมุนไพรตามธาตุที่เหมาะสมกับแต่ละคน การรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ การทำสปา การแช่เท้า การเดินหรือปั่นจักรยาน การใช้สมุนไพรหรือการนวดเพื่อบำบัดอาการที่ไม่พึงประสงค์ การผ่อนคลายกับธรรมชาติที่บริสุทธิ์และสมบูรณ์ และการเรียนรู้เรื่องการใช้สมุนไพร

4.2.1.2 กลุ่มลูกค้าหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการส่งเสริมสุขภาพตามหลักการของการแพทย์แผนไทยทุกวัยแบบการท่องเที่ยวส่วนตัวหรือแบบการท่องเที่ยวกลุ่มสัมมนา ที่เป็นคนไทยหรือคนต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 วัน รวมถึงผู้มีอาการเจ็บปวดบางประการ เช่น ผู้ที่ต้องการรับนวดหรือการบำบัดอาการ เป็นต้น

4.2.1.3 สายสัมพันธ์ลูกค้า คือ การให้บริการด้วยรอยยิ้ม เป็นมิตร ให้เกียรติ และมีมาตรฐานตามศาสตร์การแพทย์แผนไทยบนพื้นฐานของวิถีชุมชน

4.2.1.4 ช่องทางการเข้าถึง คือ การใช้ช่องทางการเข้าถึงที่เน้นสื่อออนไลน์ เช่น facebook, line, youtube, เว็บไซต์ และการบอกต่อจากบุคคลสู่บุคคล

4.2.1.5 รูปแบบรายได้ คือ การสร้างรายได้สามารถแบ่งออกได้ 3 รูปแบบ คือ 1 การให้บริการสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การทำสปา 2 การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารเพื่อสุขภาพ ของที่ระลึก และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 3 ค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย เช่น ค่าวิทยากรหรือมัคคุเทศน์นำเที่ยว ค่าเช่าชมสวนสมุนไพรหรือโรงผลิตยาสมุนไพร ค่าที่พัก ค่าเช่าจักรยาน และค่าบริการท่องเที่ยวด้วยการล่องแพหรือการศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น

4.2.1.6 ทรัพยากรที่มี คือ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ 1 ทรัพยากรบุคลากร ซึ่งประกอบด้วยบุคลากรที่ให้บริการ เช่น บุคลากรที่ความเชี่ยวชาญด้านการให้บริการสุขภาพ การรักษาด้วยยาสมุนไพรและหัตถการทางการแพทย์แผนไทย และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ กลุ่มสมุนไพร ผู้ให้บริการเกี่ยวกับกิจกรรมการปั่นจักรยานหรือกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ร้านอาหาร เป็นต้น และ 2 ทรัพยากรทางของชุมชน เช่น โรงพยาบาลที่ให้บริการทางการแพทย์แผนไทย สวนสมุนไพร โรงงานผลิตยาสมุนไพร หมู่บ้านปลูกสมุนไพร โรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ ที่พัก และทรัพยากรทางธรรมชาติ เป็นต้น

4.2.1.7 กิจกรรมหลักที่ทำ คือ การให้บริการทางการแพทย์ เช่น นวดเพื่อสุขภาพ นวดตัว นวดเท้า นวดสปา การอบสมุนไพรชาวน้ำ การประคบสมุนไพร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร การศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพร และการขี่จักรยานหรือการเดินออกกำลังภายในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เป็นต้น

4.2.1.8 หุ้นส่วนหลัก คือ บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ 1 บุคคลหรือหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด สระแก้ว โรงพยาบาลที่ให้บริการด้านการแพทย์แผนไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2 บุคคลหรือหน่วยงานภาคเอกชน เช่น สมาคมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ ประชาชนชาวบ้าน เป็นต้น

4.2.1.9 โครงสร้างต้นทุน คือ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ค่าแรงบุคลากรที่ให้บริการ ค่าการประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว ค่าสาธารณูปโภค และค่าเงินเดือนพนักงาน เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการวางแผนธุรกิจด้วยแนวคิดของ Business Model Canvas สามารถสรุปภาพรวมได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรเน้นการให้บริการเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องต้องตามศาสตร์ของการแพทย์แผนไทยเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีและการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ ผ่านกิจกรรมเกี่ยวกับการให้บริการทางการแพทย์ เช่น นวดเพื่อสุขภาพ นวดตัว นวดเท้า นวดสปา การอบสมุนไพรชาวน้ำ การประคบสมุนไพร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารเช้า เครื่องดื่มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร การศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพร การขี่จักรยาน หรือการเดินทางออกกำลังกายในบรรยากาศที่ผ่อนคลายให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการส่งเสริมสุขภาพตามหลักการของการแพทย์แผนไทยทุกวัย ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวแบบส่วนตัวหรือแบบกลุ่มสัมมนา ทั้งคนไทยหรือคนต่างชาติ ซึ่งมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 วัน รวมถึง ผู้มีอาการเจ็บปวดที่ต้องการรับนวดหรือการบำบัดอาการ โดยการใส่สายสัมพันธ์ในการมีปฏิสัมพันธ์ลูกค้าด้วยการให้บริการด้วยรอยยิ้ม เป็นมิตร ให้เกียรติ และมีมาตรฐานตามศาสตร์การแพทย์แผนไทยบนพื้นฐานของวิถีชุมชนเพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ใน 3 รูปแบบ คือ 1 การให้บริการสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การทำสปา 2 การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารเพื่อสุขภาพ ของที่ระลึก และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 3 ค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย เช่น ค่าวิทยากรหรือมัคคุเทศก์เที่ยว ค่าเข้าชมสวนสมุนไพรหรือโรงผลิตยาสมุนไพร ค่าที่พัก ค่าเช่าจักรยาน ค่าบริการท่องเที่ยวด้วยการล่องแพหรือการศึกษารธรรมชาติ เป็นต้น บนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่ 2 ประเภท คือ 1 ทรัพยากรบุคลากรที่ประกอบด้วยบุคลากรที่ให้บริการ เช่น บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการให้บริการสุขภาพ การรักษาด้วยยาสมุนไพรและหัตถการทางการแพทย์แผนไทย และบุคลากรที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ กลุ่มสมุนไพร ผู้ให้บริการเกี่ยวกับกิจกรรมการปั่นจักรยานหรือกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ร้านอาหาร เป็นต้น และ 2 ทรัพยากรทางของชุมชน เช่น โรงพยาบาลที่ให้บริการทางการแพทย์แผนไทย สวนสมุนไพร โรงงานผลิตยาสมุนไพร หมู่บ้านปลูกสมุนไพร โรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ ที่พัก ทรัพยากรทางธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งหุ้นส่วนหลักที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งบุคคลหรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว โรงพยาบาลที่ให้บริการด้านการแพทย์แผนไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประชาชนชาวบ้านฯ ควรมีการพิจารณาคำนวณโครงสร้างต้นทุนในการดำเนินการ อาทิเช่น ค่าแรงบุคลากรที่ให้บริการ ค่าการประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว ค่าสาธารณูปโภค และค่าเงินเดือนพนักงาน เป็นต้น รวมถึงการมุ่งเน้นการใช้ช่องทางเข้าถึงหรือประชาสัมพันธ์สื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และการบอกต่อจากบุคคลสู่บุคคล

4.2.2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model) สามารถสรุปได้ว่า

4.2.2.1 กิจกรรมหลัก (Primary Activity)

1) การนำเข้าและจัดเก็บวัตถุดิบ คือ การพัฒนาและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและทักษะการให้บริการแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การวางแผนไทย การอบสมุนไพร การทำสปา การให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และการรวบรวมข้อมูลของทรัพยากรทางของชุมชน เช่น การให้บริการของโรงพยาบาลที่ให้บริการทางการแพทย์แผนไทย กิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิเช่น การปลูกสมุนไพร กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น โดยเน้นการใช้ทรัพยากร วัตถุดิบ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีในจังหวัดเพื่อส่งเสริมการจ้างงานและสร้างรายได้ให้จังหวัด รวมถึงการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2) การดำเนินงานเพื่อแปรรูปสินค้า คือ การสร้างเครือข่ายและพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วบนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่ในจังหวัดและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

3) การจัดส่งและการบริหารคลังสินค้า คือ การจัดกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่มีเอกลักษณ์บนพื้นฐานวิถีชุมชนที่มีมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

4) การตลาดและการขายสินค้า คือ การเน้นการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์ เช่น Facebook , Line ด้วยข้อมูลเป็นที่ปัจจุบันและมีการตอบข้อซักถามหรือให้ข้อมูลที่รวดเร็วสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และการวางขายตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ตลาด แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

5) การบริการ คือ การให้บริการทางการแพทย์ เช่น นวดเพื่อสุขภาพ นวดตัว นวดเท้า นวดสปา การอบสมุนไพรชาวน้ำ การประคบสมุนไพร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร การศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพร การปั่นจักรยานหรือการเดินออกกำลังกายในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร การให้เช่าที่พักที่เน้นการบริการที่เป็นมิตร มีมาตรฐานและเน้นวิถีชีวิตชุมชน

4.2.2.2 กิจกรรมสนับสนุน Support Activity

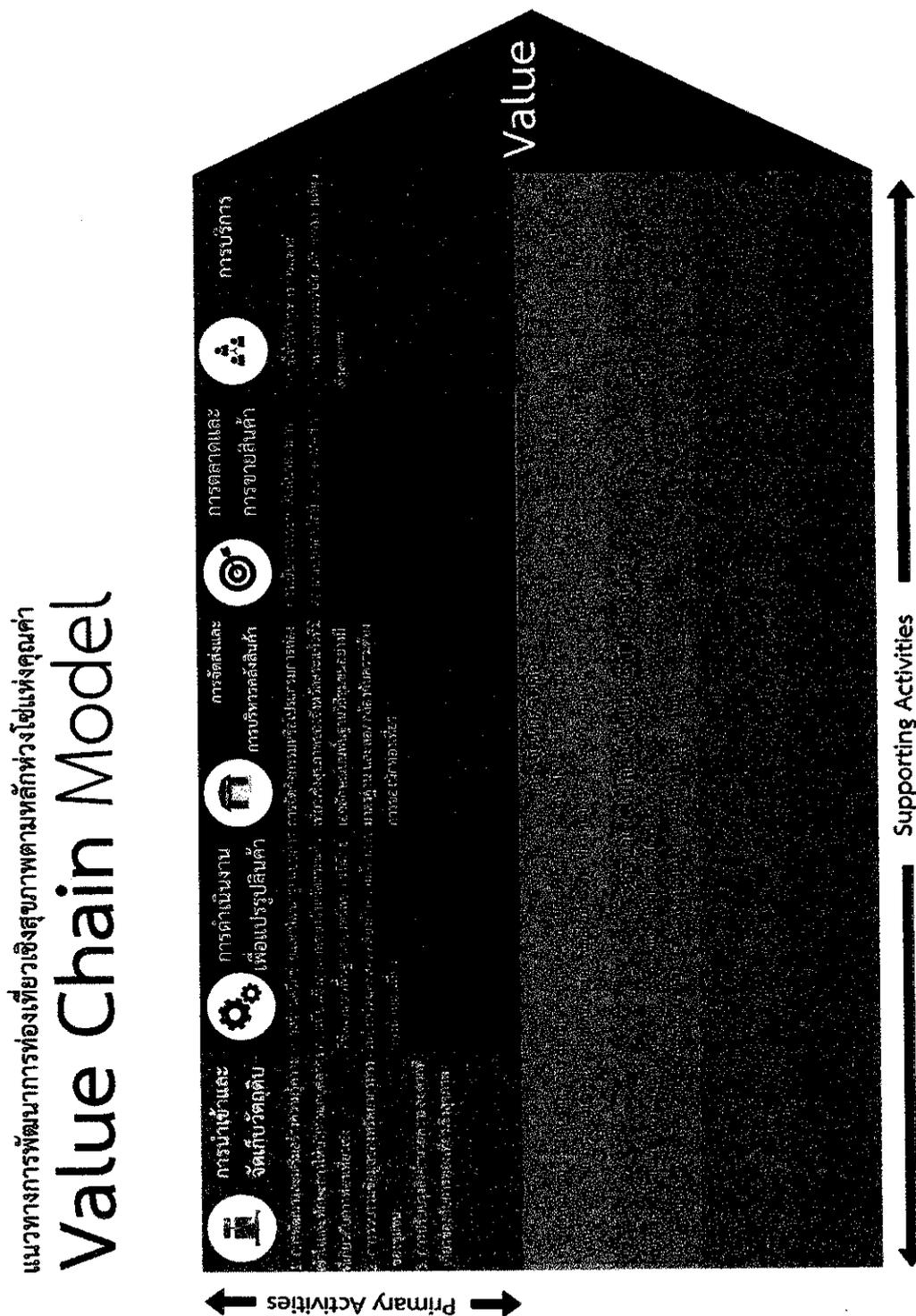
1) การจัดหา/จัดซื้อ คือ การสอบถาม ประสานงาน รวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อการสร้างเครือข่ายการทำงานและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว โดยเน้นการใช้ทรัพยากรจากในชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว ธุรกิจบริการการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ สาธารณสุขจังหวัด ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชน

2) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร คือ การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่ เช่น facebook, line, youtube, เว็บไซต์ ในการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

3) การบริหารทรัพยากรบุคคล คือ การวางแผนบุคลากรกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลอย่างเป็นระบบ เช่น การกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับการทำงาน การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การจัดแนะนำแนวทางการทำงาน โดยเน้นการจ้างแรงงานหรือรับสินค้าที่เกี่ยวข้องจากคนในพื้นที่ การสร้างบุคลากรให้มีความรู้ และความรับผิดชอบในการบริการที่ดี

4) การบริหารโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร คือ การวางแผนการฝ่ายต่างๆ เช่น ประธาน คณะกรรมการฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน มีข้อตกลง/รายละเอียดที่ชัดเจน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ ข้อตกลง รายละเอียด และแต่งตั้งคณะกรรมการส่วนต่างๆ เช่น ประธานดำเนินงาน คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการฝ่ายการตลาด และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของทรัพยากรหรือบุคลากรที่มีอยู่ในจังหวัด

ทั้งนี้ สามารถสรุปภาพรวมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model) ได้ดังนี้



ภาพที่ 7 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วตามหลักห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model)

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model) สามารถสรุปภาพรวมได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรมีการสร้างเครือข่าย การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและทักษะการให้บริการแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การรวบรวมข้อมูลของทรัพยากรทางของชุมชน การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการจัดกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ประกอบด้วยบริการทางการแพทย์ เช่น นวดเพื่อสุขภาพ นวดตัว นวดเท้า นวดสปา การอบสมุนไพรชาวน้ำ การประคบสมุนไพร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร การศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพร การปั่นจักรยานหรือการเดินออกกำลังกายในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร การให้เช่าที่พัก โดยเน้นการใช้ทรัพยากร วัตถุประสงค์ ภูมิปัญญา วิถีชุมชน การบริการที่เป็นมิตร มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการเน้นการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์ เช่น Facebook, Line ด้วยข้อมูลเป็นที่ปัจจุบันและมีการตอบข้อซักถามหรือให้ข้อมูลที่รวดเร็ว สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และการวางขายตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ตลาด แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งต้องอาศัยการสอบถามประสานงาน รวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากในชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว ธุรกิจบริการการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ สาธารณสุขจังหวัด ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชน รวมถึงการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่ เช่น facebook, line, youtube, เว็บไซต์ ในการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน การแต่งตั้งและวางแผนการฝ่ายต่างๆ ที่มีข้อตกลงหรือการกำหนดบทบาทหน้าที่ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของทรัพยากรหรือบุคลากรที่มีอยู่ในจังหวัด และการวางแผนบุคลากรกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลอย่างเป็นระบบ

4.2.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) สามารถสรุปได้ว่า

4.2.3.1 เว็บไซต์ คือ หน้าเว็บเพจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย การเข้าถึงสะดวก การโฆษณาตามความเป็นจริง และแสดงถึงความเป็นวิถีชีวิตชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจสามารถหาข้อมูลได้ตลอดเวลาตามความสะดวก ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

1) ข้อมูลการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย 1 การให้บริการสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การทำสปา 2 การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารเพื่อสุขภาพ ของที่ระลึก และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 3 ค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย เช่น ค่าวิทยากรหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยว ค่าเข้าชมสวนสมุนไพรหรือโรงผลิตยาสมุนไพร ค่าที่พัก ค่าเช่าจักรยาน ค่าบริการท่องเที่ยวด้วยการล่องแพหรือการศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น โดยมีการอธิบาย

รายละเอียด เช่น ลักษณะกิจกรรม ราคาหรืออัตราค่าบริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ ข้อมูลโปรโมชั่น การจอง การติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมผ่าน หมายเลขโทรศัพท์, Line หรือ Facebook และ ช่องทางการสำหรับการรีวิวจากผู้เข้าเยี่ยมชมหรือนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

2) ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสระแก้ว เช่น ประวัติความเป็นมา สภาพอากาศ การเดินทาง ลักษณะชุมชน แหล่งท่องเที่ยว และเทศกาลการท่องเที่ยวอื่นๆของจังหวัด

3) ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่เที่ยวใกล้เคียง และ เว็บไซต์ลิงค์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น agoda หมายเลขโทรศัพท์ line facebook และ social network ต่างๆ

4.2.3.2 การตลาดเชิงเนื้อหา คือ การกระตุ้นให้เห็นความสำคัญและการสร้างภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเอกลักษณ์ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนวิถีชีวิตชุมชน โดยเน้นเนื้อหา มีความกระชับ เข้าใจง่าย การเข้าถึงสะดวก การโฆษณาตามความเป็นจริง ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลจากการรีวิวของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆได้ การนำเสนอเป็นรูปภาพ หรือวิดีโอ การเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น facebook line youtube trivago trip.com Traveloka Agoda wongnai การเน้นการเชื่อมโยงกับนักรีวิวเพื่อสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น และการมีช่องทางการมีปฏิสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่ง่ายและรวดเร็ว

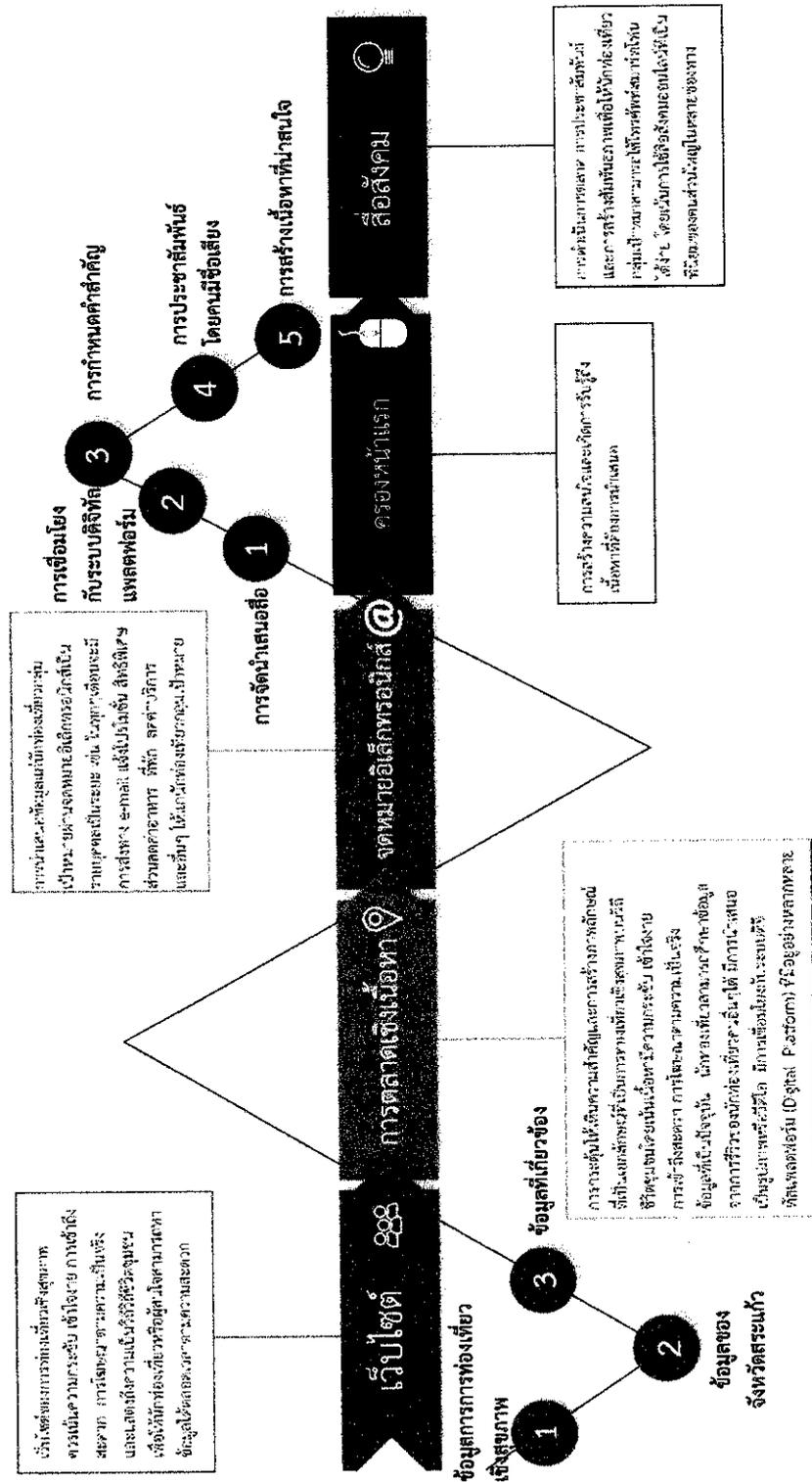
4.2.3.3 จุดหมายอิเล็กทรอนิกส์ คือ การนำเสนอข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายผ่านจุดหมายอิเล็กทรอนิกส์รายบุคคลเป็นระยะ เช่น ทุกๆเดือนจะมีการส่งทางอีเมล แจ้งโปรโมชั่น สิทธิพิเศษ ส่วนลดค่าอาหาร ที่พัก ลดค่าบริการ การแจ้งเงื่อนไขหรือข้อจำกัดในการทำกิจกรรมหรือใช้สิทธิพิเศษอย่างชัดเจน และกิจกรรมที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

4.2.3.4 หน้าแรก คือ การทำให้เว็บไซต์หรือสื่อที่จัดทำขึ้นอยู่ลำดับต้นหรือหน้าแรกเมื่อมีการค้นหา ซึ่งควรมีการดำเนินการดังนี้ 1 การจัดวางหน้าเว็บไซต์หรือสื่อโฆษณาให้เข้าใจง่าย กระชับ เน้นรูปภาพหรือวิดีโอ มีรายละเอียดของบริการหรือสินค้าที่ครบถ้วน น่าสนใจ และเป็นข้อมูลที่ปัจจุบัน 2 การเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลายอย่างเป็นระบบ เช่น facebook line youtube เป็นต้น 3 การกำหนดคำสำคัญที่สอดคล้องกับลักษณะการค้นหาของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 การให้คนที่มิชื่อเสียงหรือนักรีวิว หรือยูทูบเบอร์ที่เที่ยอดการดูจำนวนมากช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้เป็นเพจ หรือ facebook หรือ youtube มียอดการดูสูงตามไปด้วย และ 5 ควรสร้างความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากยิ่งขึ้น

4.2.3.5 สื่อสังคม คือ การดำเนินการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้างสัมพันธ์ภาพเพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสามารถใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนได้ง่าย โดยเน้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมของคนส่วนใหญ่ในหลายช่องทาง เช่น facebook line youtube Instagram google website trivago trip.com traveloka agoda และ wongnai เป็นต้น รวมถึง การให้ความสำคัญกับการที่นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจสามารถมีปฏิสัมพันธ์หรือสอบถามข้อมูลกับชุมชนหรือผู้รับผิดชอบได้ทันที

ทั้งนี้ สามารถสรุปภาพรวมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) ได้ดังนี้

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล Digital Marketing



ภาพที่ 8 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing)

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) สามารถสรุปภาพรวมได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรมีการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญและการสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับเอกลักษณ์ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนวิถีชีวิตชุมชน โดยเน้นเนื้อหาที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย การเข้าถึงสะดวก การโฆษณาตามความเป็นจริง ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลจากการรีวิวของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้ มีการนำเสนอเป็นรูปภาพหรือวิดีโอ การเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น facebook line youtube trivago trip.com traveloka agoda และ wongnai เป็นต้น การเชื่อมโยงกับนักรีวิวเพื่อสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น และการมีช่องทางที่มีปฏิสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่ง่ายและรวดเร็วผ่านการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน โดยมีรายละเอียดของเนื้อหา 3 ส่วน คือ 1 ข้อมูลการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การทำสปา การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารเพื่อสุขภาพ ของที่ระลึก และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพฯ และค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย เช่น ค่าวิทยากรหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยว ค่าเช่าชมสวนสมุนไพรหรือโรงผลิตยาสมุนไพร ค่าที่พัก ค่าเช่าจักรยาน ค่าบริการท่องเที่ยวด้วยการล่องแพหรือการศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น โดยมีการอธิบายรายละเอียด เช่น ลักษณะกิจกรรม ราคาหรืออัตราค่าบริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ ข้อมูลโปรโมชั่น การจอง การติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมผ่าน หมายเลขโทรศัพท์ line หรือ facebook และช่องทางสำหรับการรีวิวจากผู้เข้าเยี่ยมชมหรือนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 2 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสระแก้ว เช่น ประวัติความเป็นมา สภาพอากาศ การเดินทาง ลักษณะชุมชน แหล่งท่องเที่ยว และเทศกาลการท่องเที่ยวอื่นๆของจังหวัด และ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่เที่ยวใกล้เคียง และ เว็บไซต์ ลิงค์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น agoda หมายเลขโทรศัพท์ line facebook และ social network ต่างๆ ซึ่งผู้รับผิดชอบในการตลาดแบบดิจิทัล ควรให้ความสำคัญกับการดำเนินการเพื่อการครองหน้าแรก 5 ประเด็น คือ การจัดวางหน้าเว็บไซต์หรือสื่อโฆษณาให้เข้าใจง่าย กระชับ เน้นรูปภาพหรือวิดีโอ มีรายละเอียดของบริการหรือสินค้าที่ครบถ้วน น่าสนใจ และเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน การเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลายอย่างเป็นระบบ เช่น facebook, line, youtube การกำหนดคำสำคัญที่สอดคล้องกับลักษณะการค้นหาของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การให้คนที่มีความเชี่ยวชาญหรือนักรีวิวหรือยูทูบเบอร์ที่มียอดการดูจำนวนมาก ช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้เป็นเพจหรือ facebook หรือ youtube มียอดการดูสูงตามไปด้วย และควรสร้างความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากยิ่งขึ้น รวมถึง การนำเสนอข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นรายบุคคลเป็นระยะ เช่น ในทุกๆเดือนจะมีการส่งทางอีเมลแจ้งโปรโมชั่น สิทธิพิเศษ ส่วนลดค่าอาหาร ที่พัก ลดค่าบริการ การแจ้งเงื่อนไขหรือข้อจำกัดในการทำกิจกรรมหรือใช้สิทธิพิเศษอย่างชัดเจน และกิจกรรมต่างๆที่น่าสนใจ ให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

4.2.4 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักเส้นทางของผู้บริโภค (Customer's Journey) สามารถสรุปได้ว่า

4.2.4.1 การรับรู้ คือ นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ การรับฟังข่าวสารจากคนใกล้ตัว และแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น facebook youtube Instagram google website tiktok traveloka agoda และ wongnai เป็นต้น

4.2.4.2 การประเมินทางเลือก คือ นักท่องเที่ยวจะมีการประเมินทางเลือกด้วยการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อออนไลน์ เช่น facebook youtube google การดูรีวิวหรือการแสดงความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการ การข้อความสอบถามใน inbox หรือ line และการรับฟังข้อคิดเห็นจากคนใกล้ตัว เพื่อทำการเปรียบเทียบรายละเอียดและประกอบการตัดสินใจ เช่น การให้บริการ ราคา ความสะอาดสบาย ความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

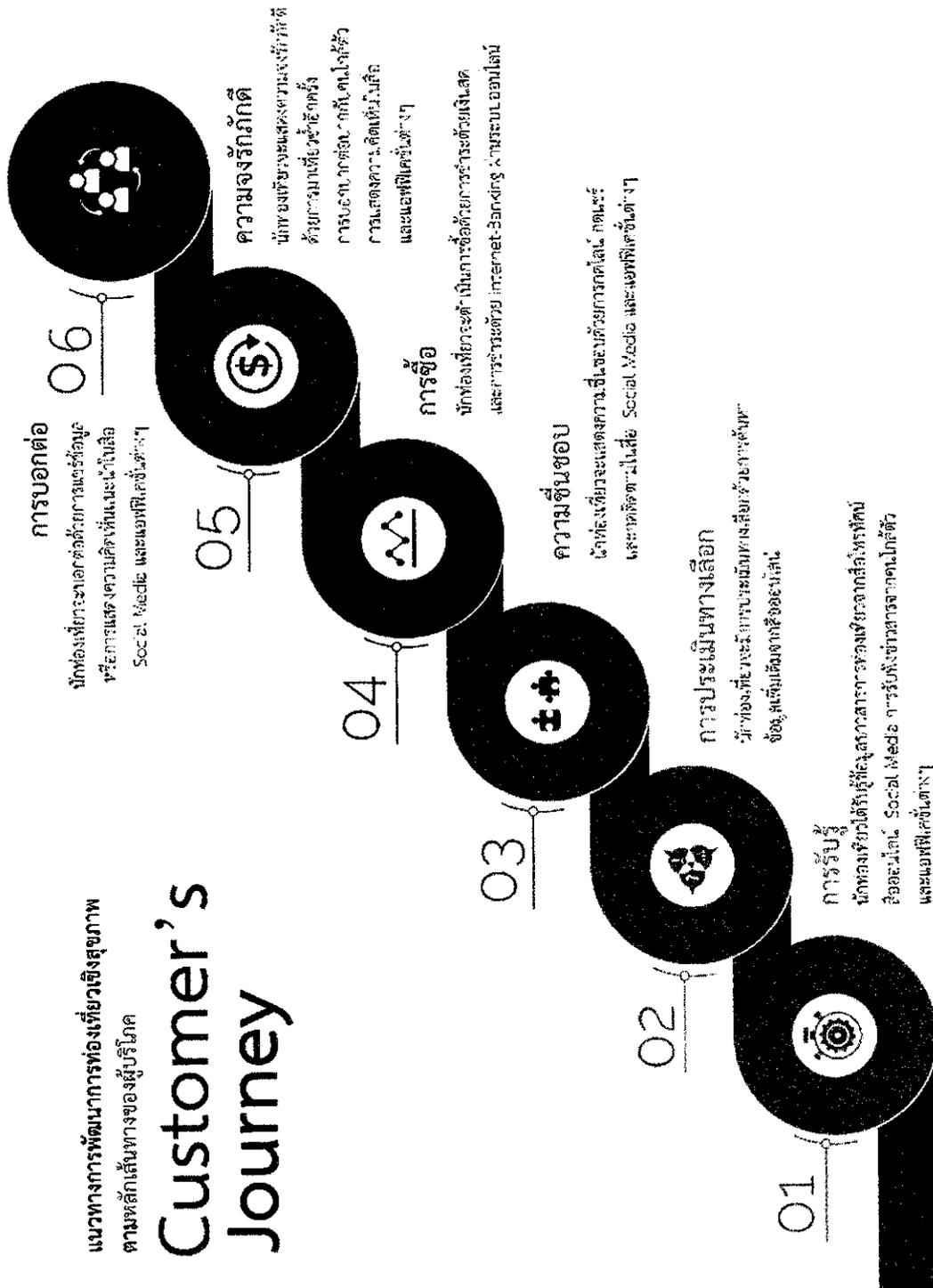
4.2.4.3 ความชื่นชอบ คือ นักท่องเที่ยวจะแสดงความชื่นชอบด้วยการกดไลค์ กดแชร์ และกดติดตามในสื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น facebook youtube Instagram tiktok และ wongnai เป็นต้น รวมถึง การบอกปากต่อปากกับคนใกล้ตัว

4.2.4.4 การซื้อ คือ นักท่องเที่ยวจะดำเนินการซื้อด้วยการชำระด้วยเงินสด และการชำระด้วย Internet-Banking ผ่านระบบออนไลน์

4.2.4.5 ความจงรักภักดี คือ นักท่องเที่ยวจะแสดงความจงรักภักดีด้วยการมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง การบอกปากต่อปากกับคนใกล้ตัว การแสดงความคิดเห็นในสื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น facebook youtube Instagram tiktok และ wongnai เป็นต้น และการอ่านอีเมล หากได้รับการแจ้งข่าวสาร โปรโมชั่น สิทธิพิเศษ ส่วนลดค่าอาหาร ที่พัก ลดค่าบริการ และกิจกรรมที่น่าสนใจจากสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการ

4.2.4.6 การบอกต่อ คือ นักท่องเที่ยวจะบอกต่อด้วยการแชร์ข้อมูลหรือการแสดงความคิดเห็นแนะนำในสื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น facebook youtube Instagram เว็บไซต์พันทิป traveloka agoda และ wongnai เป็นต้น รวมถึง การแนะนำปากต่อปากกับคนใกล้ตัว

ทั้งนี้ สามารถสรุปภาพรวมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักเส้นทางของผู้บริโภค (Customer's Journey) ได้ดังนี้



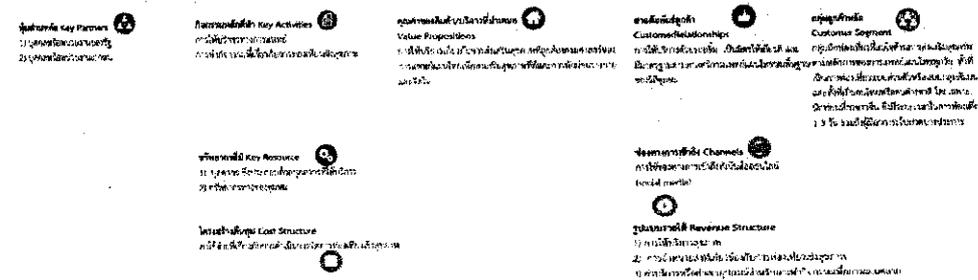
ภาพที่ 9 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วตามหลักเส้นทางของผู้บริโภค (Customer's Journey)

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักเส้นทางของผู้บริโภค (Customer's Journey) สามารถสรุปภาพรวมได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรมีการให้ความสำคัญกับสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น facebook youtube Instagram google website tiktok traveloka เว็บไซต์พันทิป agoda และ wongnai เป็นต้น และมีระบบการชำระเงินค้าสินค้าหรือบริการมี 2 แบบ คือ การชำระแบบเงินสดปกติและการชำระเงินแบบด้วย Internet-Banking ผ่านระบบออนไลน์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การแสดงความชื่นชอบ การแสดงความจงรักภักดี การซื้อ และการบอกต่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เน้นระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการดูรีวิวหรือการแสดงความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการ การข้อความสอบถามใน inbox หรือ line การรับฟังข้อคิดเห็นจากคนใกล้ตัว รวมถึงการกดติดตาม การแชร์ข้อมูล และการแสดงความคิดเห็นแนะนำ และการอ่านอีเมล เกี่ยวกับ ข่าวสาร โปรโมชั่น สิทธิพิเศษ ส่วนลดค่าอาหาร ที่พัก ลดค่าบริการ และกิจกรรมที่น่าสนใจในกรณีที่ได้รับแจ้งข่าวสารจากสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการ

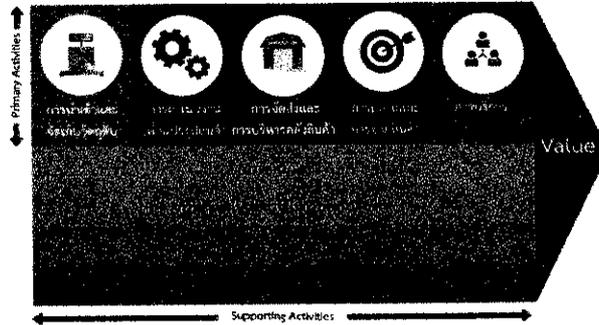
ทั้งนี้ จากการศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน **จังหวัดสระแก้ว**

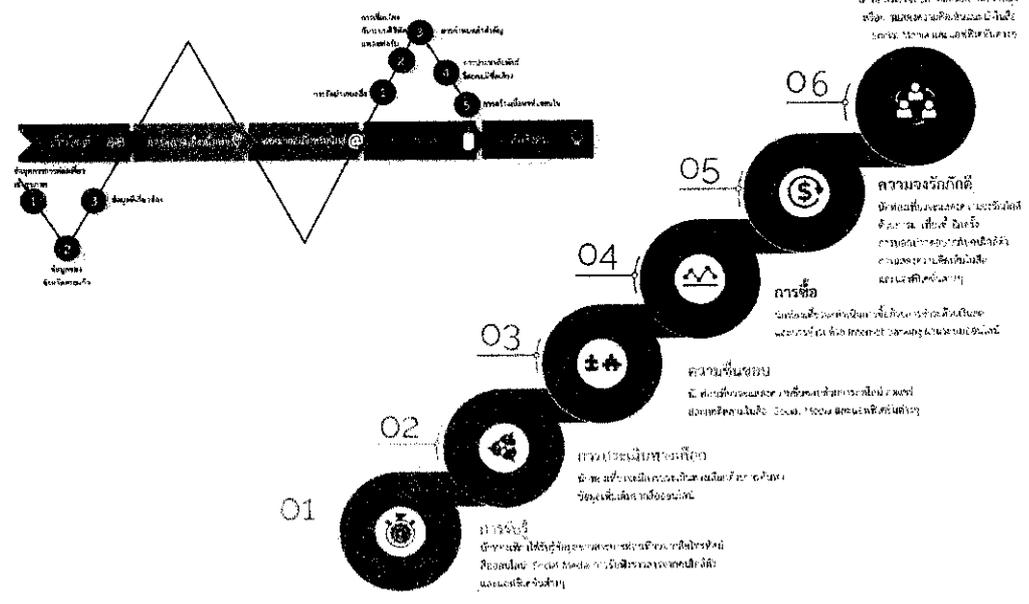
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการวางแผนธุรกิจด้วยแนวคิดของ Business Model Canvas



แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Model)



แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing)



ภาพที่ 10 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่ม การบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการวางแผนธุรกิจด้วย แนวคิดของ Business Model Canvas สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้ว ควรเน้นการให้บริการเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องต้องตามศาสตร์ของการแพทย์แผนไทยเพื่อ ส่งเสริมสุขภาพที่ดีและการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ ผ่านกิจกรรมเกี่ยวกับการให้บริการทาง การแพทย์ เช่น นวดเพื่อสุขภาพ นวดตัว นวดเท้า นวดสปา การอบสมุนไพรชาวน้ำ การประคบ สมุนไพร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารเช้า และ เครื่องดื่มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร การศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพร การขี่จักรยาน หรือการเดินออกกำลังกายในบรรยากาศที่ผ่อนคลายให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการส่งเสริม สุขภาพตามหลักการของการแพทย์แผนไทยทุกวัย ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวแบบส่วนตัวหรือแบบ กลุ่มสัมมนา และทั้งเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติ ที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 วัน รวมถึงผู้มี อาการเจ็บปวดที่ต้องการรับนวดหรือการบำบัดอาการ โดยการใช้สายสัมพันธ์ในการมีปฏิสัมพันธ์ ลูกค้าด้วยการให้บริการด้วยรอยยิ้ม เป็นมิตร ให้เกียรติ และมีมาตรฐานตามศาสตร์การแพทย์แผน ไทยบนพื้นฐานของวิถีชุมชน เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ใน 3 รูปแบบ คือ 1 การให้บริการสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การทำสปา 2 การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารเพื่อสุขภาพ ของที่ระลึก และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ และ 3 ค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย เช่น ค่า วิทยากรหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยว ค่าเข้าชมสวนสมุนไพรหรือโรงผลิตยาสมุนไพร ค่าที่พัก ค่าเช่า จักรยาน ค่าบริการท่องเที่ยวด้วยการล่องแพหรือการศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น บนพื้นฐานของ ทรัพยากรที่มีอยู่ 2 ประเภท คือ 1 ทรัพยากรบุคลากรที่ประกอบด้วยบุคลากรที่ให้บริการ เช่น บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการให้บริการสุขภาพ การรักษาด้วยยาสมุนไพรและหัตถการทางการแพทย์แผนไทย และบุคลากรที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มเกษตรอินทรีย์ กลุ่มสมุนไพร ผู้ให้บริการเกี่ยวกับกิจกรรมการปั่นจักรยานหรือกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ร้านอาหาร เป็นต้น และ 2 ทรัพยากรทางของชุมชน เช่น โรงพยาบาลที่ให้บริการทางการแพทย์แผนไทย สวนสมุนไพร โรงงานผลิตยาสมุนไพร หมู่บ้านปลูกสมุนไพร โรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ ที่พัก ทรัพยากรทาง ธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งหุ้นส่วนหลักที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งบุคคลหรือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว โรงพยาบาลที่ให้บริการด้าน การแพทย์แผนไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชน กลุ่ม วิชากิจชุมชน ประชาชนชาวบ้านฯ ควรมีการพิจารณาคำนวณโครงสร้างต้นทุนในการดำเนินการ อาทิ เช่น ค่าแรงบุคลากรที่ให้บริการ ค่าการประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ของนักท่องเที่ยว ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในนักท่องเที่ยว ค่าสาธารณูปโภค ค่า เงินเดือนพนักงาน รวมถึงการเน้นการใช้ช่องทางเข้าถึงหรือประชาสัมพันธ์สื่อสารผ่านสื่อ ออนไลน์และการบอกต่อจากบุคคลสู่บุคคล

2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model) สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรมีการสร้างเครือข่าย การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและทักษะการให้บริการแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การรวบรวมข้อมูลของทรัพยากรทางของชุมชน การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการจัดกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ประกอบด้วย การให้บริการทางการแพทย์ เช่น นวดเพื่อสุขภาพ นวดตัว นวดเท้า นวดสปา การอบสมุนไพรชาวน้ำ การประคบสมุนไพร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร การศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพร การปั่นจักรยานหรือการเดินออกกำลังกายในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร การให้เช่าที่พัก โดยเน้นการใช้ทรัพยากร วัตถุดิบ ภูมิปัญญา วิถีชุมชน การบริการที่เป็นมิตร มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการเน้นการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์ เช่น facebook line ด้วยข้อมูลเป็นที่ปัจจุบันและมีการตอบข้อซักถามหรือให้ข้อมูลที่รวดเร็ว สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และการวางขายตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ตลาด แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งต้องอาศัยการสอบถามประสานงาน รวบรวมข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากในชุมชนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว ธุรกิจบริการการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ สาธารณสุขจังหวัด ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชน การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่ เช่น facebook line youtube เว็บไซต์ สำหรับการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าผ่านโทรศัพท์มือถือ การแต่งตั้งและวางแผนการฝ่ายต่างๆ ที่มีข้อตกลงหรือการกำหนดบทบาทหน้าที่ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของทรัพยากรหรือบุคลากรที่มีอยู่ในจังหวัด และการวางแผนบุคลากรกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลอย่างเป็นระบบ

3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรมีการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญและการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนวิถีชีวิตชุมชน โดยเน้นเนื้อหาที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย การเข้าถึงสะดวก การโฆษณาตามความเป็นจริง ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลจากการรีวิวของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้ มีการนำเสนอเป็นรูปภาพหรือวิดีโอ มีการเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น facebook line youtube trivago trip.com traveloka agoda wongnai โดยเน้นการเชื่อมโยงกับนักรีวิวเพื่อสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น มีช่องทางที่มีปฏิสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่ง่ายและรวดเร็วผ่านการใช้โทรศัพท์มือถือ โดยมียละเอียดของเนื้อหา 3 ส่วน คือ 1 ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การทำสปา การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารเพื่อสุขภาพ ของที่ระลึก และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพฯ และ ค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย เช่น ค่า

วิทยากรหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยว ค่าเข้าชมสวนสมุนไพรหรือโรงผลิตยาสมุนไพร ค่าที่พัก ค่าเช่าจักรยาน ค่าบริการท่องเที่ยวด้วยการล่องแพหรือการศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น โดยมีการอธิบายรายละเอียด เช่น ลักษณะกิจกรรม ราคาหรืออัตราค่าบริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ ข้อมูลโปรโมชั่น การจอง การติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมผ่าน หมายเลขโทรศัพท์ line หรือ facebook และช่องทางการสำหรับการรีวิวจากผู้เข้าเยี่ยมชมหรือนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 2 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสระแก้ว เช่น ประวัติความเป็นมา สภาพอากาศ การเดินทาง ลักษณะชุมชน แหล่งท่องเที่ยวและเทศกาลการท่องเที่ยวอื่นๆของจังหวัด และ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่เที่ยวใกล้เคียง และ เว็บไซต์ ลิงค์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น agoda หมายเลขโทรศัพท์ line facebook และ social network ต่างๆ ซึ่งผู้รับผิดชอบในการตลาดแบบดิจิทัล ควรให้ความสำคัญกับการดำเนินการเพื่อการครองหน้าแรก 5 ประเด็น คือ การจัดวางหน้าเว็บไซต์หรือสื่อโฆษณาให้เข้าใจง่าย กระชับ เน้นรูปภาพหรือวิดีโอ มีรายละเอียดของบริการหรือสินค้าที่ครบถ้วน น่าสนใจ และเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน การเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลายอย่างเป็นระบบ เช่น facebook line youtube การกำหนดคำสำคัญที่สอดคล้องกับลักษณะการค้นหาของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การให้คนที่มิชื่อเสียงหรือนักรีวิวหรือยูทูบเบอร์ที่ขยายการดูจำนวนมาก ช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้เป็นเพจ หรือ facebook หรือ youtube มียอดการดูสูงตามไปด้วย และ ควรสร้างความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากยิ่งขึ้น รวมถึง การนำเสนอข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นรายบุคคลเป็นระยะ เช่น ทุกๆเดือนจะมีการส่งทางอีเมลแจ้งโปรโมชั่น สิทธิพิเศษ ส่วนลดค่าอาหาร ที่พัก ลดค่าบริการ การแจ้งเงื่อนไขหรือข้อจำกัดในการทำกิจกรรมหรือใช้สิทธิพิเศษอย่างชัดเจน และกิจกรรมที่น่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

4 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักเส้นทางของผู้บริโภค (Customer's Journey) สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรมีการให้ความสำคัญกับสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น facebook youtube Instagram google website tiktok traveloka เว็บไซต์พันทิป agoda และ wongnai เป็นต้น และมีระบบการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการมี 2 แบบ คือ การชำระแบบเงินสดปกติและการชำระเงินแบบด้วย Internet-Banking ผ่านระบบออนไลน์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การแสดงความชื่นชอบ การแสดงความจงรักภักดี การซื้อ และการบอกต่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เน้นระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการดูรีวิวหรือการแสดงความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการ การข้อความสอบถามใน inbox หรือ line การรับฟังข้อคิดเห็นจากคนใกล้ตัว รวมถึงการกดติดตาม การแชร์ข้อมูล และการแสดงความคิดเห็นแนะนำ และการอ่านอีเมลเกี่ยวกับข่าวสาร โปรโมชั่น สิทธิพิเศษ ส่วนลดค่าอาหาร ที่พัก ลดค่าบริการ และกิจกรรมที่น่าสนใจในกรณีที่ได้รับแจ้งข่าวสารจากสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการ

4.3 ผลการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ คนในชุมชน นักท่องเที่ยวฯ จำนวน 17 คน ระหว่างวันที่ 28 ตุลาคม - 21 พฤศจิกายน 2563 โดยผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบก้อนหิมะ (snowball sampling) ควบคู่กัน ซึ่งสามารถสรุปผลการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ภาพรวมได้ดังนี้

ผลการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

1 กระบวนการต้นน้ำของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว คือ การสอบถามประสานงาน รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต และข้อมูลการวิเคราะห์ตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค)

2 กระบวนการกลางน้ำของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

2.1 การออกแบบการบริหารจัดการ ประกอบด้วย 1 การสร้างเครือข่ายและแนวทางการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วบนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่ในจังหวัดและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การกำหนดข้อตกลง รายละเอียด บทบาทหน้าที่และแต่งตั้งคณะดำเนินงาน การบริหารงานบุคคลที่เป็นระบบและเน้นการจ้างงานหรือรับสินค้าที่เกี่ยวข้องจากคนในพื้นที่ การสร้างบุคลากรให้มีความรู้ ความรับผิดชอบและการบริการที่ดี การรวบรวมข้อมูลของทรัพยากรทางของชุมชน และการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและทักษะการให้บริการแก่บุคลากร เป็นต้น และ 2 การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าหลัก การรับรู้ การประเมินทางเลือก การแสดงความชื่นชอบ การแสดงความจงรักภักดี พฤติกรรมการซื้อ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

2.2 การออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่มีเอกลักษณ์บนพื้นฐานวิถีชุมชนอย่างมีมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเน้นการบริการด้วยรอยยิ้ม เป็นมิตร ให้เกียรติ และมีมาตรฐานตามศาสตร์การแพทย์แผนไทย ซึ่งประกอบด้วย

2.2.1 การคำนวณโครงสร้างต้นทุน เช่น ค่าแรงบุคลากรที่ให้บริการ ค่าการประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในนักท่องเที่ยว ค่าสาธารณูปโภค ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ของการจัดกิจกรรม

2.2.2 การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของทรัพยากรหรือบุคลากรที่มีอยู่ในจังหวัด

2.2.3 การออกแบบการสร้างรายได้ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 3 รูปแบบ คือ การให้บริการสุขภาพ การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย

2.2.4 การมุ่งเน้นวิถีชีวิตชุมชนและการให้บริการเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องต้องตามศาสตร์ของการแพทย์แผนไทยเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีและการ

พักผ่อนร่างกายและจิตใจ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ การให้บริการทางการแพทย์ และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.3 การดำเนินการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้างสัมพันธ์ภาพ สามารถแบ่งออกได้ 2 แบบ คือ 1 แบบปกติ ที่มีการดำเนินการตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และการบอกต่อจากบุคคลสู่บุคคล และ 2 แบบออนไลน์ ที่มีปฏิสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่ง่ายและรวดเร็วด้วยการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนหรือคอมพิวเตอร์ด้วยการเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยว โดยมีการให้ความสำคัญกับการจัดวางหน้าเว็บไซต์ (Website) หรือสื่อโฆษณาให้เข้าใจง่าย กระชับ เน้นรูปภาพหรือวิดีโอ มีรายละเอียดของบริการหรือสินค้าที่ครบถ้วน น่าสนใจ และเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน การเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลายอย่างเป็นระบบ การกำหนดคำสำคัญ (Key word) ที่สอดคล้องกับลักษณะการค้นหาของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การให้คนที่มิชื่อเสียงหรือนักเรียวิหรือยูทูบเบอร์ที่ียอดการดูจำนวนมาก การสร้างความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากยิ่งขึ้น และการนำเสนอข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นรายบุคคลเป็นระยะ

3 กระบวนการปลายน้ำของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว คือ การเกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่มีการจ้างงานและสร้างรายได้ให้จังหวัดสระแก้ว การส่งเสริมสุขภาพตามหลักการของการแพทย์แผนไทย และการสร้างความผ่อนคลายร่างกายและจิตใจให้นักท่องเที่ยว

จากนั้น ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อร่างเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ซึ่งในขั้นตอนนี้เป็นการตรวจสอบความเหมาะสม / ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติของร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่กำหนดขึ้นว่ามีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติมากน้อยเพียงใด ด้วยการสอบถามความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว จำนวน 370 คน ระหว่างวันที่ 27 พฤศจิกายน – 18 ธันวาคม 2563 โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

N=370		
ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
บุคลากรทางการแพทย์	114	30.81
บุคลากรภาครัฐ	62	16.76
ผู้ประกอบการเอกชน	43	11.62
ชุมชน	91	24.59
นักท่องเที่ยว	60	16.22
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบุคลากรทางการแพทย์ จำนวน 114 คน (ร้อยละ 30.81) รองลงมาเป็นชุมชน จำนวน 91 คน (ร้อยละ 24.59) บุคลากรภาครัฐ จำนวน 62 คน (ร้อยละ 16.76) นักท่องเที่ยว จำนวน 60 คน (ร้อยละ 16.22) และผู้ประกอบการเอกชน จำนวน 43 คน (ร้อยละ 11.62) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

N=370			
รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว	\bar{X}	S.D.	ระดับความเหมาะสม/ความเป็นไปได้
1 กระบวนการต้นน้ำ			
1.1 มีการสอบถาม ประสานงาน รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	4.18	0.62	มาก
1.2 มีการสอบถาม ประสานงาน รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต	4.11	0.57	มาก

N=370

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของ จังหวัดสระแก้ว	\bar{X}	S.D.	ระดับความ เหมาะสม/ ความเป็นไปได้
1.3 มีการสอบถาม ประสานงาน รวบรวม และวิเคราะห์ ข้อมูลตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค) 2 กระบวนการกลางน้ำ	4.03	0.64	มาก
2.1 มีการออกแบบการบริหารจัดการด้วยการสร้าง เครือข่ายและแนวทางการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วบนพื้นฐานของทรัพยากรที่มี อยู่ในจังหวัดและสอดคล้องกับความต้องการของ นักท่องเที่ยว เช่น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง, การกำหนดข้อตกลง รายละเอียด บทบาทหน้าที่ และแต่งตั้งคณะดำเนินงาน, การบริหารงานบุคคลที่เป็นระบบและเน้นการจ้างงานหรือ รับสินค้าที่เกี่ยวข้องจากคนในพื้นที่ การสร้างบุคลากรให้มี ความรู้ ความรับผิดชอบ และการบริการที่ดี, การรวบรวม ข้อมูลของทรัพยากรทางของชุมชน และการเสริมสร้าง ความรู้ความเข้าใจและทักษะการให้บริการแก่บุคลากร เป็น ต้น	4.11	0.48	มาก
2.2 มีการออกแบบการบริหารจัดการด้วยการวิเคราะห์กลุ่ม ลูกค้าหลัก การรับรู้ การประเมินทางเลือก การแสดง ความชื่นชอบ การแสดงความจงรักภักดี พฤติกรรมการ การซื้อ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ จังหวัดสระแก้ว	3.97	0.74	มาก
2.3 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่มีเอกลักษณ์บนพื้นฐานวิถี ชุมชนอย่างมีมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของ นักท่องเที่ยว โดยเน้นการบริการด้วยรอยยิ้ม เป็นมิตร ให้ เกียรติ และมีมาตรฐานตามศาสตร์การแพทย์แผนไทย	4.15	0.62	มาก

N=370

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของ จังหวัดสระแก้ว	\bar{X}	S.D.	ระดับความ เหมาะสม/ ความเป็นไปได้
2.4 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพของจังหวัดสระแก้วโดยการคำนวณโครงสร้างต้นทุน เช่น ค่าแรงบุคลากรที่ให้บริการ ค่าการประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในนักท่องเที่ยว ค่า สาธารณูปโภค ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ ของการ จัดกิจกรรม	4.03	0.74	มาก
2.5 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพของจังหวัดสระแก้วโดยการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของ ทรัพยากรหรือบุคลากรที่มีอยู่ในจังหวัด	4.18	0.48	มาก
2.6 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพของจังหวัดสระแก้วโดยการออกแบบสร้างรายได้ ซึ่ง สามารถแบ่งออกได้ 3 รูปแบบ คือ การให้บริการสุขภาพ การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ ค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการ ผ่อนคลาย	3.93	0.53	มาก
2.7 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่เน้นวิถีชีวิตชุมชนและการ ให้บริการเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องต้องตามศาสตร์ ของการแพทย์แผนไทยเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีและการพักผ่อน ร่างกายและจิตใจ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ การให้บริการ ทางการแพทย์ และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ	4.41	0.46	มากที่สุด
2.8 มีการดำเนินการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้าง สัมพันธ์ภาพแบบออนไลน์ที่น่าเสนอเป็นรูปภาพ วีดีโอ การ มีปฏิสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่ง่ายและรวดเร็วผ่าน การใช้โทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ ซึ่งเน้นการ เชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มี อยู่อย่างหลากหลายและสอดคล้องกับพฤติกรรมรับรู้ของ นักท่องเที่ยว ควบคู่กับการดำเนินการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้างสัมพันธ์ภาพตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า แหล่ง ท่องเที่ยวอื่น ๆ และการบอกต่อจากบุคคลสู่บุคคล	4.32	0.71	มากที่สุด

N=370

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของ จังหวัดสระแก้ว	\bar{X}	S.D.	ระดับความ เหมาะสม/ ความเป็นไปได้
2.9 มีการดำเนินการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการ สร้างสัมพันธ์ภาพแบบออนไลน์ ที่ให้ความสำคัญกับการจัด วางหน้าเว็บไซต์ (Website) หรือสื่อโฆษณาให้เข้าใจง่าย กระชับ เน้นรูปภาพหรือวิดีโอ มีรายละเอียดของบริการ หรือสินค้าที่ครบถ้วน น่าสนใจ และเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน , การเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลายอย่างเป็นระบบ และ การนำเสนอข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่าน จดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นรายบุคคลเป็นระยะ 3 กระบวนการปลายน้ำ	4.57	0.57	มากที่สุด
3.1 มีการเกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่า สูงของจังหวัดสระแก้วที่มีการจ้างงานและสร้างรายได้ให้ จังหวัดสระแก้ว	4.02	0.48	มาก
3.2 มีการเกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูง ของจังหวัดสระแก้วที่มีการส่งเสริมสุขภาพตามหลักการของ การแพทย์แผนไทย	4.14	0.53	มาก
3.3 มีการเกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูง ของจังหวัดสระแก้วที่สร้างความผ่อนคลายร่างกายและ จิตใจให้นักท่องเที่ยว	4.08	0.46	มาก
รวม	4.14	0.57	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงว่ารูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความ
ได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วมีความเหมาะสม/ความ
เป็นไปได้ในการนำไปสู่การปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.57) สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด
(3.50) จึงพอสรุปได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้าง
ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่พัฒนาขึ้น มีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ใน
การนำไปสู่การปฏิบัติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว 2 เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว และ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ซึ่งได้มีการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นประเด็นการสร้างแบบสัมภาษณ์และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (ioc : item objective congruence) เท่ากับ 0.97 จากนั้น จึงนำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการประเมินแล้วไปเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 17 คน โดยผู้วิจัยทำการเลือกแบบเจาะจงและแบบกึ่งบังเอิญควบคู่กัน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้อีกกลับมา วิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นประเด็นการสร้างแบบสัมภาษณ์และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (ioc : item objective congruence) เท่ากับ 0.93 จากนั้น จึงนำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการประเมินแล้วไปเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 17 คน โดยผู้วิจัยทำการเลือกแบบเจาะจงและแบบกึ่งบังเอิญควบคู่กัน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้อีกกลับมา วิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยการศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์ เอกสาร ตำรา บทความ และ ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 เพื่อกำหนดเป็นประเด็นการสัมภาษณ์ โดยมีการนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (ioc : item objective congruence) เท่ากับ 0.93 จากนั้น จึงนำดำเนินการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 17 คน โดยผู้วิจัยทำการเลือกแบบเจาะจงและแบบกึ่งบังเอิญและนำข้อมูลที่ได้อีกกลับมา วิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

จากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (ioc : item objective congruence) เท่ากับ 0.90 และดำเนินการทดลองใช้ (Try Out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha-coefficient)ตามวิธีของครอนบัค(cronbach) เท่ากับ 0.88 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 370 คน โดยผู้วิจัยทำการเลือกแบบเจาะจงและนำข้อมูลที่ได้กลับมาแปลค่าตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

5.1.1.1. ศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) สามารถสรุปได้ดังนี้

1) จังหวัดสระแก้วมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 4 ประเด็น คือ 1 การมีโรงพยาบาลที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก จำนวน 2 แห่ง คือ โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานครและโรงพยาบาลวังน้ำเย็น โดยเฉพาะโรงพยาบาลวังน้ำเย็นที่มีความเหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากมีกระบวนการสร้างเครือข่ายร่วมกับหมู่บ้านหัตถกรรม 05 และมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลาย 2 การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีการดั้งเดิมในการดำเนินชีวิตและแหล่งปลูกสมุนไพรและพืชผักปลอดสารหลายแห่งซึ่งสามารถจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพได้ 3 การเป็นจังหวัดติดกับประเทศกัมพูชาและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ และ 4 การมีโครงการยุทธศาสตร์สระแก้วเมืองแห่งความสุขภายใต้ 4 ดี วิถีพอเพียงที่เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนเป็นคนดี สุขภาพดี รายได้ดี และสิ่งแวดล้อมดีเพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสังคมคุณภาพ ซึ่งการสร้างสุขภาพดีนั้นมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2) จังหวัดสระแก้วมีจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ 1 การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เช่น การประชาสัมพันธ์ การสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว การจัดระเบียบหรือปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการสร้างสื่อทางสังคมออนไลน์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 2 การมีสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ค่อนข้างกระจ่ายตัว จึงทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางนาน 3 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ และชุมชนยังไม่มีแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชัดเจน 4 การที่จังหวัดสระแก้วเป็นการท่องเที่ยวเมืองรอง เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก และไม่ใช่จังหวัดลำดับแรกๆที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงหรือเลือกมาเที่ยว และ 5

การที่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะรู้จักเฉพาะตลาดโรงเกลือ

3) จังหวัดสระแก้วมีโอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ 1 ปัญหาด้านมลภาวะสิ่งแวดล้อมและการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวได้มีการให้ความสำคัญของการรักษาสุขภาพมากขึ้น 2 การเผยแพร่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์มีมากขึ้น 3 การใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ของผู้คนในปัจจุบันและอนาคต ทำให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวสามารถสร้างและรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถได้ง่ายขึ้น 4 การที่รัฐบาลกำหนดให้จังหวัดสระแก้วเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้จังหวัดสระแก้วเป็นอีกหนึ่งศูนย์กลางการกระจายสินค้าจากประเทศไทยและประเทศต่างๆ ไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศอื่นๆ และ 5 การที่แผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว (พ.ศ.2561 – 2564) ได้มีการกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวทางเลือกของจังหวัดที่จะมีการสนับสนุนให้เกิดขึ้นในอนาคต

4) จังหวัดสระแก้วมีอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 4 ประเด็น คือ 1 สภาพเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย 2 การรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้วที่น้อย 3 นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเมืองรอง และ 4 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังไม่สามารถเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยได้ตามปกติ และผู้ประกอบการมีจำนวนน้อยลง

5.1.1.2. สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต สามารถสรุปได้ 6 ประเด็น คือ 1 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วด้วยสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว 2 การให้ความสนใจเรื่องการรักษาสุขภาพของคนในปัจจุบันที่มีมากขึ้น 3 การมีแผนหรือแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่ชัดเจน เช่น การมีโปรแกรมการท่องเที่ยว การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการมีความร่วมมือในการทำงานอย่างเป็นระบบ เป็นต้น 4 การมีส่วนร่วมและการสร้างรายได้ให้ชุมชนหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยเน้นการใช้แรงงานหรือทรัพยากรของจังหวัดสระแก้ว และความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ 5 การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว และกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 6 การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแพทย์พื้นบ้าน แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกของจังหวัดสระแก้ว เช่น หมู่บ้านหับทิมสยาม 05 ที่สามารถพัฒนาต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

5.1.1.3 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย โรงพยาบาลวังน้ำเย็น โครงการทัพบิมสยาม 05 อุทยานแห่งชาติปางสีดา โรงพยาบาลแพทย์แผนไทยวัฒนานคร รอยยิ้มบ้านดิน และบ้านคลองอาราง

5.1.2 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

5.1.2.1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการวางแผนธุรกิจด้วยแนวคิดของ Business Model Canvas สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรเน้นการให้บริการเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามศาสตร์ของการแพทย์แผนไทยเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีและการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ ผ่านกิจกรรมเกี่ยวกับการให้บริการทางการแพทย์ เช่น นวดเพื่อสุขภาพ นวดตัว นวดเท้า นวดสปา การอบสมุนไพรชาวน้ำ การประคบสมุนไพร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร การศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพร การขี่จักรยานหรือการเดินออกกำลังกายในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ๆ ให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการส่งเสริมสุขภาพตามหลักการของการแพทย์แผนไทยทุกวัย ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวแบบส่วนตัวหรือแบบกลุ่มสัมมนา และทั้งเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติ ที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 วัน รวมถึงผู้มีอาการเจ็บปวดที่ต้องการรับนวดหรือการบำบัดอาการ โดยการใช้สายสัมพันธ์ในการมีปฏิสัมพันธ์ลูกค้าด้วยการให้บริการด้วยรอยยิ้ม เป็นมิตร ให้เกียรติ และมีมาตรฐานตามศาสตร์การแพทย์แผนไทยบนพื้นฐานของวิถีชุมชน เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ใน 3 รูปแบบ คือ 1 การให้บริการสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การทำสปา 2 การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารเพื่อสุขภาพ ของที่ระลึก และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 3 ค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย เช่น ค่าวิทยากรหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยว ค่าเข้าชมสวนสมุนไพรหรือโรงผลิตยาสมุนไพร ค่าที่พัก ค่าเช่าจักรยาน ค่าบริการท่องเที่ยวด้วยการล่องแพหรือการศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น บนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่ 2 ประเภท คือ 1 ทรัพยากรบุคลากรที่ประกอบด้วยบุคลากรที่ให้บริการ เช่น บุคลากรที่ความเชี่ยวชาญด้านการให้บริการสุขภาพ การรักษาด้วยยาสมุนไพรและหัตถการทางการแพทย์แผนไทย และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ กลุ่มสมุนไพร ผู้ให้บริการเกี่ยวกับกิจกรรมการปั่นจักรยานหรือกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ร้านอาหาร เป็นต้น และ 2 ทรัพยากรทางของชุมชน เช่น โรงพยาบาลที่ให้บริการทางการแพทย์แผนไทย สวนสมุนไพร โรงงานผลิตยาสมุนไพร หมู่บ้านปลูกสมุนไพร โรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ ที่พัก ทรัพยากรทางธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งหุ้นส่วนหลักที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งบุคคลหรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น สำนักการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว โรงพยาบาลที่ให้บริการด้านการแพทย์แผนไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประชาชนชาวบ้านฯ ควรมีการพิจารณาคำนวณโครงสร้างต้นทุนในการดำเนินการ อาทิเช่น ค่าแรงบุคลากรที่ให้บริการ ค่าการประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ค่า

วัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในนักท่องเที่ยว ค่าสาธารณูปโภค ค่าเงินเดือนพนักงาน รวมถึง การเน้นการใช้ช่องทางการเข้าถึงหรือประชาสัมพันธ์สื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ และการบอกต่อจากบุคคลสู่บุคคล

5.1.2.2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model) สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรมีการสร้างเครือข่าย การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและทักษะการให้บริการแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การรวบรวมข้อมูลของทรัพยากรทางของชุมชน การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการจัดกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ประกอบด้วย การให้บริการทางการแพทย์ เช่น นวดเพื่อสุขภาพ นวดตัว นวดเท้า นวดสปา การอบสมุนไพรชาวนา การประคบสมุนไพร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารเช้า เครื่องดื่มที่ทำจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร การศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพร การปั่นจักรยาน หรือการเดินออกกำลังกายในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร การให้เช่าที่พัก โดยเน้นการใช้ทรัพยากร วัตถุดิบ ภูมิปัญญา วิถีชุมชน การบริการที่เป็นมิตร มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการเน้นการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์ เช่น facebook line ด้วยข้อมูลเป็นที่ปัจจุบันและมีการตอบข้อซักถามหรือให้ข้อมูลที่รวดเร็ว สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และการวางขายตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ตลาด แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งต้องอาศัยการสอบถาม ประสานงาน รวบรวมข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากในชุมชนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว ธุรกิจบริการ การท่องเที่ยวด้านสุขภาพ สาธารณสุขจังหวัด ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชน การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและ ระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่ เช่น facebook line youtube เว็บไซต์ สำหรับการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน การแต่งตั้งและวางแผนการฝ่ายต่างๆ ที่มีข้อตกลงหรือการกำหนดบทบาทหน้าที่ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของทรัพยากรหรือบุคลากรที่มีอยู่ในจังหวัด และการวางแผนบุคลากรกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลอย่างเป็นระบบ

5.1.2.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรมีการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญและการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนวิถีวิถีชีวิตชุมชน โดยเน้นเนื้อหาที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย การเข้าถึงสะดวก การโฆษณาตามความเป็นจริง ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลจากการรีวิวของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ได้ มีการนำเสนอเป็นรูปภาพหรือวิดีโอ มีการเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น facebook line youtube trivago trip.com traveloka agoda wongnai โดยเน้นการเชื่อมโยงกับนักกรีวิวเพื่อสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น มีช่องทางการมีปฏิสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลกับ

นักท่องเที่ยวที่ง่ายและรวดเร็วผ่านการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน โดยมีรายละเอียดของเนื้อหา 3 ส่วน คือ 1 ข้อมูลการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการสุขภาพ เช่น การนัดแพทย์ การอบสมุนไพร การทำสปา การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารเพื่อสุขภาพ ของที่ระลึก และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ ค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย เช่น ค่าวิทยากรหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยว ค่าเข้าชมสวนสมุนไพรหรือโรงผลิตยาสมุนไพร ค่าที่พัก ค่าเช่าจักรยาน ค่าบริการท่องเที่ยวด้วยการล่องแพหรือการศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น โดยมีการอธิบายรายละเอียด เช่น ลักษณะกิจกรรม ราคาหรืออัตราค่าบริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ ข้อมูลโปรโมชั่น การจอง การติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมผ่านหมายเลขโทรศัพท์ line หรือ facebook และช่องทางการสำหรับการรีวิวจากผู้เข้าเยี่ยมชมหรือนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 2 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสระแก้ว เช่น ประวัติความเป็นมา สภาพอากาศ การเดินทาง ลักษณะชุมชน แหล่งท่องเที่ยวและเทศกาลการท่องเที่ยวอื่นๆของจังหวัด และ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่เที่ยวใกล้เคียง และ เว็บไซต์ ลิงค์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น agoda หมายเลขโทรศัพท์ line facebook และ social network ต่างๆ ซึ่งผู้รับผิดชอบในการตลาดแบบดิจิทัล ควรให้ความสำคัญกับการดำเนินการเพื่อการครองหน้าแรก 5 ประเด็น คือ การจัดวางหน้าเว็บไซต์หรือสื่อโฆษณาให้เข้าใจง่าย กระชับ เน้นรูปภาพหรือวิดีโอ มีรายละเอียดของบริการหรือสินค้าที่ครบถ้วน น่าสนใจ และเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน การเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลายอย่างเป็นระบบ เช่น facebook line youtube การกำหนดคำสำคัญที่สอดคล้องกับลักษณะการค้นหาของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การให้คนที่มียี่ห้อเสียงหรือนักรีวิวหรือยูทูปเบอร์ที่ียอดการดูจำนวนมาก ช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้เป็นเพจ หรือ facebook หรือ youtube มียอดการดูสูงตามไปด้วย และ ควรสร้างความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากยิ่งขึ้น รวมถึง การนำเสนอข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นรายบุคคลเป็นระยะ เช่น ทุกๆเดือนจะมีการส่งทางอีเมลแจ้งโปรโมชั่น สิทธิพิเศษ ส่วนลดค่าอาหาร ที่พัก ลดค่าบริการ การแจ้งเงื่อนไขหรือข้อจำกัดในการทำกิจกรรมหรือใช้สิทธิพิเศษอย่างชัดเจน และกิจกรรมที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

5.1.2.4 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักเส้นทางของผู้บริโภค (Customer's Journey) สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้วควรมีการให้ความสำคัญกับสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น facebook youtube Instagram google website tiktok traveloka เว็บไซต์พันทิป agoda และ wongnai เป็นต้น และมีระบบการชำระเงินค้าสินค้าหรือบริการมี 2 แบบ คือ การชำระแบบเงินสดปกติและการชำระเงินแบบด้วย Internet-Banking ผ่านระบบออนไลน์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การแสดงความชื่นชอบ การแสดงความจงรักภักดี การซื้อ และการบอกต่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เน้นระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการดูรีวิวหรือการแสดงความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการ การข้อความสอบถามใน inbox หรือ line การรับฟังข้อคิดเห็นจากคนใกล้ตัว รวมถึงการกดติดตาม

การแชร์ข้อมูล และการแสดงความคิดเห็นแนะนำ และการอ่านอีเมลเกี่ยวกับข่าวสาร โปรโมชัน สิทธิพิเศษ ส่วนลดค่าอาหาร ที่พัก ลดค่าบริการ และกิจกรรมที่น่าสนใจในกรณีที่ได้รับแจ้งข่าวสารจากสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการ

5.1.3 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วมีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปสู่การปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.57) สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (3.50)

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่พบว่ามีรายละเอียดด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคต และแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดังที่ได้อธิบายในสรุปผลการวิจัยข้างต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ วิถีชีวิต และการสนับสนุนเชิงนโยบายที่ทำให้จังหวัดสระแก้วสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ ทั้งด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิธีการดั้งเดิมในการดำเนินชีวิต ด้านการปลูกสมุนไพรและพืชผักปลอดสารของชุมชน ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก และการกำหนดไว้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว พ.ศ. 2561 – 2564 เกี่ยวกับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยให้มีการบูรณาการการให้บริการทางการแพทย์ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคตที่ผู้คนหันมาให้ความสนใจกับการใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากยิ่งขึ้น โดยทางจังหวัดยังข้อจำกัดที่ต้องพัฒนาอยู่บางประการ เช่น การมีแนวทางการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชัดเจน การสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ และการมีสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ค่อนข้างกระจายตัวที่ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางนาน เป็นต้น จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว ยังอยู่ในระดับเริ่มต้นในการขับเคลื่อนเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานดา อีรานนท์ (2561) ที่ทำการศึกษารื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน ได้มีการอธิบายว่า กระแสการท่องเที่ยวที่ผู้คนหันมาให้ความสนใจกับการใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากยิ่งขึ้น จึงนับว่าเป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยด้วยจุดแข็งที่เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน อาทิเช่น ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรบุคคล รูปแบบและวิธีการรักษาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน รวมถึงปัจจัยส่งเสริมด้านการเดินทางเข้ามาสู่ภูมิภาคนี้ และงานวิจัยของ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และกฤติกา สายณะรัตน์ชัย (2563) ที่ทำการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน พบว่า ปัญหาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว ได้แก่ การขาดความเชื่อมโยงของเส้นทาง

ท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งห่างไกลกัน การคมนาคมเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งไม่มีความสะดวก นอกจากนี้จังหวัดสระแก้วขาดขนส่งสาธารณะที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วไม่ชัดเจน ไม่มีอัตลักษณ์ เป็นของตนเอง ทางจังหวัดสระแก้ว ควรชูอัตลักษณ์พื้นถิ่นให้มากขึ้นเพื่อแข่งขันกับจังหวัดอื่นๆ รวมถึงสำนักงานจังหวัดสระแก้ว (2559) ที่พอสรุปได้ว่า หนึ่งในกลยุทธ์เชิงรุกของจังหวัดสระแก้วที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว พ.ศ. 2561 – 2564 คือการส่งเสริมการให้บริการทางการแพทย์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ขอมโบราณให้เชื่อมโยงกลุ่มประเทศอาเซียน รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย เนื่องจากจังหวัดสระแก้วมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และโรงพยาบาลด้านการแพทย์แผนไทยที่สามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวด้านการฟื้นฟูสุขภาพและการแพทย์แผนไทยได้เป็นอย่างดี

5.2.2 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ที่พบว่ามียารละเอียดยุค แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการวางแผนธุรกิจด้วยแนวคิดของ Business Model Canvas ตามหลักห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model) ตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) และตามหลักเส้นทางของผู้บริโภค (Customer's Journey) ดังที่ได้อธิบายในสรุปผลการวิจัยข้างต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ตามหลักแนวทางการบริหารจัดการจะมีความเกี่ยวข้องกับการบูรณาการ การวางแผน การตลาด การสร้างคุณค่า และการออกแบบบริการที่ต้องมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบเป็นพื้นฐาน ซึ่งกระบวนการสืบค้น การรับรู้ และการติดต่อสื่อสารของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคตนั้น จะมีการดำเนินการด้วยโทรศัพท์แบบสมาร์ตโฟนเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ การประชาสัมพันธ์และการออกแบบรายละเอียดเพื่อการสื่อสารบนสังคมออนไลน์ของธุรกิจจึงเป็นส่วนที่สำคัญในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญา เขตพงษ์, อารยา บุรณะกุล, กำพร สุวรรณฉิม, ปิยพันธ์ สุวรรณเวช และวิริลพัชร อสัมภินพงศ์. (2561) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2559 ด้วยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 200 คน พบว่า ความคิดเห็นต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย คือ จุดประสงค์หลักคือเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน โปรแกรมที่เลือกมีความคุ้มค่า ราคาเหมาะสม มีมาตรฐานการให้บริการ เสียค่าบริการต่ำต่อครั้ง ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ และหากมีโอกาสจะเดินทางมาใช้บริการในประเทศไทยซ้ำอีกรวมถึง การรับรู้ด้านสื่อบนสังคมออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจาก มียารละเอียดยุคที่ชัดเจน ภาพประกอบที่สวยงามชัดเจน สามารถสร้างแรงกระตุ้นในการตัดสินใจเลือกจุดหมาย ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว ซึ่งสื่อสามารถกระตุ้นการตัดสินใจในการซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากเทียบกับการสื่อสารในด้านอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ควรมีการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยว

ที่เหมาะสมด้วยการชี้แจงรายละเอียดให้ชัดเจน เช่น แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน ราคา เป็นต้น และการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการผ่านด้านสื่อบนสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธิพร อักษรไพโรจน์ (2563) ที่ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พบว่า แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ ด้านการบูรณาการ ด้านการตลาด ด้านข้อเสนอในการสร้างคุณค่า และด้านการออกแบบบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรรค์นันท์ ดันตือโฆษกุล อัครวงค์, รัฐสุวรรณ กิ่งแก้ว, นิตยศรี แสงเดือน, พวงรัตน์ จินพล และวัชรารามณ์ จุลทา. (2563) ที่ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชให้เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรเป็นแบบภาคีเครือข่ายเป็นวิถัจกรที่ประกอบด้วย องค์กรสนับสนุนเชิงนโยบาย การปฏิบัติการตั้งแต่ระดับท้องถิ่นสู่ระดับภาค การสร้างและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ และการประเมินผล ส่วนรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางได้หลากหลาย รวมทั้งได้พัฒนาการใช้เว็บท่าและการทำโซเชียลคอมเมิร์ซ ด้วยรูปแบบ ชื่อ ปอบปูล่าร์ ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์ การประกาศให้รับรู้การสร้างความสำเร็จ มีลักษณะเฉพาะ การสร้างความประทับใจ และการรักษาลูกค้า ซึ่งทำให้ง่ายต่อการสืบค้นของนักท่องเที่ยวผ่านสมาร์ตโฟน รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรศรี นนทศิริ และชัยรัตน์ เขยสุวรรณ (2563) ที่ได้ทำการวิจัย เรื่อง ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (ตาก สุโขทัย พิษณุโลก อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์) พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีประเด็นที่สำคัญ คือ 1 การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งใน กลุ่มจังหวัดและกลุ่มประเทศ LIMEC ทั้งภาครัฐและภาค เอกชนอย่างต่อเนื่อง 2 การพัฒนาคุณภาพการบริการทั้งด้านบุคลากร มาตรฐานและความปลอดภัยของสถานบริการ และคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว 3 การพัฒนาสินค้าบริการ และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใหม่ ๆ และ 4 การสืบค้น รวบรวมและเก็บรักษาภูมิปัญญา ด้านสมุนไพรและการดูแล รักษาสุขภาพ

5.2.3 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วมีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปสู่การปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.57) สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (3.50) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสร้างรูปแบบดังกล่าวได้อาศัยพื้นฐานแนวคิดของแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว พ.ศ. 2561 – 2564 ที่กำหนดแนวคิดของห่วงโซ่แห่งคุณค่าด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดไว้เป็นกระบวนการต้นน้ำ กระบวนการกลางน้ำ และกระบวนการปลายน้ำด้วยการดำเนินงานแบบภาคีเครือข่ายเป็นวิถัจกรด้วยการบูรณาการ การวางแผน การตลาด การสร้างคุณค่า และการออกแบบบริการที่ต้องมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับฝ่ายต่างๆอย่างเป็นระบบ รวมถึงการให้ความสำคัญกับการสื่อสารบนสังคมออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถการดำเนินการสืบค้น การรับรู้ และการติดต่อสื่อสารด้วยโทรศัพท์แบบสมาร์ตโฟนได้ จึงมีส่วนสำคัญให้มีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติที่สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ สรรค์นันท์ ดันตือโฆษกุล อัครวงศ์, รัฐสุวรรณ กิ่งแก้ว, นิตยศรี แสงเดือน, พวงรัตน์ จินพล และวัชรภรณ์ จุลทา (2563) ที่ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัด นครศรีธรรมราชให้เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรเป็นแบบภาคีเครือข่ายเป็นวัฏจักรที่ประกอบด้วย องค์การสนับสนุนเชิงนโยบาย การปฏิบัติการตั้งแต่ระดับท้องถิ่นสู่ระดับภาค การสร้างและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ และการประเมินผล ส่วนรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางได้หลากหลาย รวมทั้งได้พัฒนาการใช้เว็บไซต์และการทำโซเชียลคอมเมิร์ซ ด้วยรูปแบบ ชื่อ ปอบปูลาร์ ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์ การประกาศให้รับรู้การสร้างความสำเร็จ มีลักษณะเฉพาะ การสร้างความประทับใจ และการรักษาลูกค้า ซึ่งทำให้ง่ายต่อการสืบค้นของนักท่องเที่ยวผ่านสมาร์ตโฟน และสอดคล้องกับ สำนักงานจังหวัดสระแก้ว (2559) ที่อธิบายไว้ว่า จังหวัดสระแก้วได้มีการกำหนดไว้ในแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว พ.ศ. 2561 – 2564 เกี่ยวกับ แนวคิดของท่วงโซ่แห่งคุณค่าด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดไว้ว่า ปลายทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้วจะเป็นการพัฒนากิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (แพทย์แผนไทย) เนื่องจากจังหวัดสระแก้วมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และโรงพยาบาลด้านการแพทย์แผนไทยที่สามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวด้านการฟื้นฟูสุขภาพและการแพทย์แผนไทยได้เป็นอย่างดี

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 ควรมีรักษาจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น การรักษาคุณภาพและสร้างชื่อเสียงของโรงพยาบาลที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิธีการดั้งเดิมในการดำเนินชีวิต และแหล่งปลูกสมุนไพรของจังหวัดสระแก้วให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมถึงการเชื่อมโยงโครงการยุทธศาสตร์สระแก้วเมืองแห่งความสบายใจได้ 4 ดี วิธีพอเพียงที่เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนเป็นคนดี สุขภาพดี รายได้ดี และสิ่งแวดล้อมดีเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5.3.1.2 ควรมีการแก้ไขจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ การสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว การจัดระเบียบหรือปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการสร้างสื่อทางสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวที่ชัดเจน การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ค่อนข้างกระจายตัวด้วยการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวผ่านเทคนิคการเล่าเรื่องราว (Storytelling) และการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

5.3.1.3 ควรมีการใช้ประโยชน์จากโอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว เช่น การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรงพยาบาลที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิธีการดั้งเดิมในการ

ดำเนินชีวิต แหล่งปลูกสมุนไพร การจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วโดยการใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ (social media) มีมากขึ้น และการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้วที่ชัดเจนมากขึ้น

5.3.1.4 ควรมีการหลีกเลี่ยงอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่อาจเกิดขึ้น เช่น การมีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเมื่อเกิดสถานการณ์เศรษฐกิจภาพรวมของประเทศไม่ดี การมีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเมืองรอง และการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคต่างๆ

5.3.1.5 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรนำรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่พัฒนาขึ้นไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์และการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

5.3.2.2 ควรมีการศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

5.3.2.3 ควรมีการศึกษาลักษณะความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดสระแก้วของนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. ฉบับที่ 1 กรกฎาคม - กันยายน 2558. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กฤติกา สายณะรัตรชัย และคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. 2562. การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน. วารสารกระแสนวัตกรรม. 20(38). (กรกฎาคม - ธันวาคม). 81-90.
- กานดา อีรานนท์. 2561. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. 12 (ฉบับ Supplement). 22-34.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552. แผนการตลาดท่องเที่ยว ปี 2552: ม.ป.ท.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2553. แผนการตลาดท่องเที่ยว ปี 2553: ม.ป.ท.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2555. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 ม.ค. 63 จาก <http://www.thaitravelhealth.com/blog/archives/3440>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- แก้วลี ศรีจันทร์. 2557. คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการทิวทัศน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สี่จี แอลทีวี เครือข่ายทรูมูฟเอช จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี
- เกียรติคุณ จิรกาลวสาน. 2555. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการ กรณีศึกษาการประชาสัมพันธ์ในเขตพื้นที่ปทุมธานี, การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี
- โกศล จันทร์สมคอย. 2562. แนวทางการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น. วารสารวิชาการธรรมทรรศน์. 19(2). (เมษายน- มิถุนายน). 49-59.
- เฉลิมลักษณ์ คูศิริพันธ์. 2561. แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เพชรบุรี :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
- คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และ กฤติกา สายณะรัตรชัย. 2563. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 15(2). กรกฎาคม - ธันวาคม 2563. 3-13.
- จุฑาทิพย์ สุจริตกุล. 2560. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นใน จังหวัดภูเก็ต. วารสารรัชต์ภาคย์, ฉบับพิเศษ ครอบคลุม 23 ปี
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด, อังสุมาลิน จำนงชอบ, อริฎ วาณิชกร และณัฏฐพัชร์ มณีโรจน์. 2561. ศักยภาพอัตลักษณ์ความเป็นไทยของธุรกิจสปา และการนวดแผนไทยเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่สากล. วารสารปัญญาภิวัตน์, 10(2), 1-16.

- ฉัตรชนก มัทธนวนรณก. 2557. กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ป่อน้ำพุร้อนพระร่วง ตำบลลานดอกไม้ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฉัตร ทิพย์ศรี, พินิจ บำรุง, สิริพร กุแสนใจ และสุภาวดี เตชะยอด. 2558. ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการจัดการตลาดเชิงกลยุทธ์ในยุคเศรษฐกิจแห่งการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย, วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมนิราช, 8(1), 122-131.
- ณัฐรุประชา สิริกามจนวงศ์. 2558. โครงการจัดตั้งธุรกิจเครื่องดื่มชา: กรณีศึกษา Master Tea. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ
- ณัฐพล ไยไฟโรจน์. 2558. Digital marketing Concept & case study. นนทบุรี: บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด
- ดาริกา เยือกเย็น. 2554. การจัดบริการพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนสำหรับผู้ผ่านกระยะยาวสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพในระดับนานาชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธันนรัช วัชรธร. 2560. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต (การศึกษาและการพัฒนาสังคม). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นพดล รับบพระ 2552. กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจโรงกลึงในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี, กรุงเทพฯ
- นุชนาฏ หมั่นจันทร์. 2560. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความเป็นเลิศทางภูมิปัญญาของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ป.ร.ด. (สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว) พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
- บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ. 2554. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 11) กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1 บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด
- ปัทมา ตันติเวชกุล. 2546. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. จุลสารการท่องเที่ยว. 22(1): 30-41.
- พรพรรณ ตาลประเสริฐ. 2561. อิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พสุ เดชะรินทร์และ พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์. 2542. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พัชสิรี ชมพู่คำ. 2553. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: แมคกรอฮิล.

- พีรญา เขตพงษ์, อารยา บุรณะกุล, กำพร สุวรรณนิม, ปิยพันธ์ สุวรรณเวช และวิรัชพัชร อสัมภินพงศ์. 2561. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย. วารสารวิจัยและนวัตกรรม สถาบันอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร. 1(2). (กรกฎาคม - ธันวาคม. 2561) 90-97.
- พุทธพร อักษรไพโรจน์. 2563. แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 15(1). มกราคม - มิถุนายน 2563. 1-25.
- เพชรศรี นนทศิริ และชัยรัตน์ เขยสุวรรณค์. 2563. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (ตาก สุโขทัย พิษณุโลก อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์). วารสารเทคโนโลยีภาคใต้. 13(1). มกราคม-มิถุนายน 2563. 1-15.
- ภิญโญ คำศิลป์. 2557. ความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่ม Generation Y ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดย่อม, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มนัสวี ธาดาสีห์. 2549. การเพิ่มผลผลิตกับคุณภาพชีวิตการทำงาน. วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต. Productivity World, 1(1), 33 34
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. 2560. การท่องเที่ยว 4.0. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- รัชนิกร ตรัสสมุทรกุล. 2558. นวัตกรรมโมเดลธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ สมุนไพรบรรจุภัณฑ์. ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต การบริหารเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราณี อิลิชัยกุล. 2557. การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Niche Tourism Mangement). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมศาสตร์.
- วรรณภา วงษ์วานิช. 2546. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วสันต์ วรรณวโรทร และคณะ. 2549. ความสำคัญของการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยว. วารสารมาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว, 502, 11.
- วิรัช สงวนวงษ์วาน 2550. การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอดูเคชั่นอินโดไชน่า
- วีรพงษ์ เถลิณจิระรัตน์. 2543. คุณภาพในงานบริการ 1. (พิมพ์ครั้งที่ 4), กรุงเทพฯ: ส.ส.ท.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และปิยะพร ธรรมชาติ. 2559. รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรี เพื่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน, วารสารสมาคมนักวิจัย, 21(3): 167-181.
- ศราวุธ ผิวแดง และเสรี วงษ์มณฑา. 2561. การศึกษาตลาดท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 13(45). กรกฎาคม-กันยายน. 13-20.

- ศราวุธ ผิวแดง, เสรี วงษ์มณฑา, ชวลีย์ ณ ถลาง และสีบชาติ อันทะไชย. 2562. การพัฒนา ยุทธศาสตร์ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด**. 13 (1). มกราคม – เมษายน. 194- 204
- ศศิ คล่องพยาบาล. 2550. **Business Model to Business Plan**. SMEs Today Magazine ฉบับเดือน กรกฎาคม ปีที่ 6 เล่มที่ 61
- ส.ศิริชัย นาคอุดม, พรรณนภา เขียวน้อย และ ศิวพร ถาวรวงศา. 2561. ยุทธศาสตร์การสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช กรณีศึกษา: การขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร . **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. 14 (2) กรกฎาคม - ธันวาคม . 48-61.
- สรรคันธ์ ต้นตือโฆษกุล อัครวงศ์, รัฐสุวรรณ กิ่งแก้ว, นิตยศรี แสงเดือน, พวงรัตน์ จินพล และ วิชราภรณ์ จุลทา. 2563. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชให้เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน. **วารสารเทคโนโลยีภาคใต้**. 13 (1). มกราคม-มิถุนายน 2563. 191-199.
- สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร. 2561 .เส้นทางของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โจทย์ใหม่ทางการตลาด. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2561. 294-302.
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. 2561. **ร่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 - 2580)**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2559. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานจังหวัดสระแก้ว. 2559. **แผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว พ.ศ. 2561 – 2564**. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 ม.ค. 63 จาก [http://sakaeo.go.th/oldwebsakaeo/news/news_file/103Oct20161475466688232599plan%204%20\(2561-2564\).pdf](http://sakaeo.go.th/oldwebsakaeo/news/news_file/103Oct20161475466688232599plan%204%20(2561-2564).pdf)
- สิริกร เลิศลัคนาธาร. 2559. **รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิต (สาขาวิชาการศึกษานันทนาการ และการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สุขาตา คำชนะ. 2557. **ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่มBaby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา**. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดย่อม, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์. 2555. **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมืองจังหวัดระนอง**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และเบญจวรรณ โมกมล. 2550. **ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยว เชียงสปปา จังหวัดเชียงราย**, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

- สุภัคชราวรรณ สุขโกษา. 2547. การพัฒนาคุณภาพการบริการของอาสาสมัครในระบบบริการ
แพทย์ฉุกเฉิน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.,มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครสวรรค์, นครสวรรค์.
- สุรรัตน์ โพธิ์ศรี. 2559. การพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดตราด
ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาวิทยาการจัดการ).
นนทบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรนภา ทศนัยนา. 2559. รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสำหรับผู้สูงอายุ
โดยมหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อรรถพล จันทรสาขา. 2548. ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพาน
มิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ
- อารัญ บุญชัย และจินนา ตันศราวิพุธ. 2546. ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจุดขายใหม่ของการท่องเที่ยวไทย.
วารสารเศรษฐกิจและสังคม. 40(4). พฤศจิกายน-ธันวาคม : 22-23.
- อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. 2553. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, สุรินทร์.
- อุษณีย์ ผาสุก, ขวลิย์ ณ ถกลาง, สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ และสหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล. 2561. ความ
ได้เปรียบทางการแข่งขันของเมืองสมุนไพร่ในจังหวัดปราจีนบุรีเพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพ. วารสารวิชาการ รมยสาร. 16 (3) กันยายน-ธันวาคม. 293-313.
- อุษณีย์ ผาสุก. 2561. กลยุทธ์การเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันของเมืองสมุนไพร่ในจังหวัดปราจีนบุรี
เพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพะเยา
- Ayanso, A. 2015. **Business and Technology Trends in Social CRM**. In Handbook of
Research on Managing and Influencing Consumer Behavior (pp. 295-309). IGI
Global.
- Barney, J. 1991. Firms resources and sustained competitive advantage. *Journal of
Management*, 17(1), 9-12.
- Best, John. 1977. Research in Education. New Jersey:Prentice Hall, Inc.
- Cochran, W.G. 1977. Wiley: Sampling Techniques. 3rded. New York: John Wiley &
Sons.
- Edelman, D. C. 2010. **Branding in the digital age**. Harvard business review, 88(12),
62-69.
- Erfurt-Cooper, P. and M. Cooper. 2009. **The health and wellness concept : A
global overview**. Bristol, UK, Channel view publications.

- Flom, J. 2011. **The Value of Customer Journey Maps: A UX Designer's Personal Journey**. Retrieved November 17, 2019, from <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2011/09/the-value-of-customerjourney-maps-a-ux-designers-personal-journey.php>
- Foss, N. J. & Ishikawa, I. 2007. **Towards a dynamic resource-based view: Insights from Austrian capital and entrepreneurship theory**. *Organization Studies*, 28(5), 749-772.
- Global Wellness Institute. 2017. **Wellness tourism. Global Wellness Economy Monitor**. 2017(1), 15-25.
- Gonring, M. P. 2008. **Customer loyalty and employee engagement: an alignment for value**. *Journal of Business Strategy*. 29(4), 29-40.
- Greene, M., Riley, E., Card, D., Mitskaviets, I., Bowen, E. & Wise, J. 2009. **Justifying social marketing spending**. Forrester Research.
- Hall, C. M. 1992. **Adventure, sport and health tourism**. In Weiler, B., & Hall, C. M. (Eds). *Special interest tourism* (pp. 141-158). London: Belhaven Press.
- Hamel, G. & Prahalad, C.K. 1993. **Strategy as stretch and leverage**. *Harvard Business Review*, 71(2), 75-84.
- Heung, & Kucukusta. 2013. **Wellness Tourism in China: Resources, Development and Marketing**. *International Journal of Tourism Research*, 15(4), 346-359.
- Howard, D. & Kerin, R. 2013. **A surname brand effect explanation for consumer brand preference and advocacy**. *Journal of Product & Brand Management*, 22(5/6), 362-370.
- Kandampully, J., Zhang, T. & Bilgihan, A. 2015. **Customer loyalty: a review and future directions with a special focus on the hospitality industry**. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 379-414.
- Khan, M. T. 2013. **Customers loyalty: Concept & definition (a review)**. *International Journal of Information, Business and Management*, 5(3), 168.
- Konu, H., Anja, T., & Peter, B. 2011. **Wellbeing Tourism in Finland: Finland as a competitive wellbeing tourism destination**. Finland: University of Eastern Finland.
- Laroche, M., Habibi, M. R. & Richard, M. O. 2013. **To be or not to be in social media: How brand loyalty is affected by social media**. *International Journal of Information Management*, 33(1), 76-82.
- Lemon, K. N. & Verhoef, P. C. 2016. **Understanding customer experience throughout the customer journey**. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.

- Michael, E. Porter. 1990. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: Free Press.
- Mueller and Kaufmann. 2001. **Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry**. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/135676670100700101>
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. 1994. **Psychometric Theory**. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. 2005. **CLARIFYING BUSINESS MODELS: ORIGINS, PRESENT, AND FUTURE OF THE CONCEPT**. Communications of the Association for Information Systems, 16, 1-25.
- Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. 2016. **Tourism economic review**. Bangkok: Permanent Secretary Ministry of Tourism and Sports.
- Peto, K. 2013. **The impact of health tourism on the quality of life in Hajduszoboszlo**. Doctoral School of Management And Business Administration, University of Debrecen.
- Porter, M. E. 1990. **The competitive advantage of nations**. New York: Free Press.
- Rogers, Everett. M. 1995. **Diffusion of innovations**. 4th ed. New York: The Free Press.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. 1977. On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-referenced Test Item Validity. **Dutch Journal of Educational Research**, 2(1), 49-60.
- Tomasovic, N. 2015. When elders choose: Which factors could influence the decision-making among elderly in the selection of health tourism services. **Journal of Medical Hypotheses**, 898-904.
- Vivek, S. D., Beatty, S. E. & Morgan, R. M. 2012. Customer engagement: Exploring customer relationships beyond purchase. **Journal of marketing theory and practice**, 20(2), 122-146.
- Webster, G. B. & Hume, M. 2016. **Analysing the Role of Social Media in Dialogue Marketing and Management a Contemporary Franchising Local Area Marketing Technique**. Competitive Social Media Marketing Strategies, 20.
- Wertime, K., & Fenwick, I. 2008. **Digi marketing: The essential guide to new media and digital marketing**. Singapore: John Wiley & Sons (Asia).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย

- | | |
|---|---|
| 1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล | อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ
สาขาการบริหารและการจัดการสมัยใหม่
มหาวิทยาลัยศรีปทุม |
| 2 อาจารย์ ดร. ปรีชา คำมาดี | อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 3 อาจารย์ ดร. สาลินี ทิพย์เพ็ง | อาจารย์ประจำหลักสูตรการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย |

ภาคผนวก ข
แบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ

แบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ

แบบประเมินฉบับนี้ สร้างขึ้นเพื่อประเมินเครื่องมือในการวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงในจังหวัดสระแก้ว โดยมุ่งหวังที่จะใช้ผลจากการประเมินเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป อันประกอบด้วยการประเมินเครื่องมือ 4 ชิ้น ได้แก่

- 1 แบบสัมภาษณ์เรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว
- 2 แบบสัมภาษณ์เรื่องแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว
- 3 แบบประเมินแบบสัมภาษณ์เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว
- 4 แบบประเมินแบบสอบถามเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

ผู้วิจัย

**แบบประเมินแบบสัมภาษณ์เรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ของจังหวัดสระแก้ว**

คำชี้แจง โปรดพิจารณาแบบสัมภาษณ์เรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว กับข้อความที่กำหนดมีความสอดคล้องกันระดับใด จากนั้นขอให้ท่านทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความสอดคล้องว่า เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย

ข้อความ	ความสอดคล้อง		
	เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1
1 ประเด็นคำถามมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
2 รูปแบบการสัมภาษณ์มีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
3 คำชี้แจงการสัมภาษณ์สอดคล้องกับหลักการสัมภาษณ์			
4 ข้อคำถามชัดเจนเข้าใจง่ายสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
5 ข้อคำถามแต่ละข้อไม่สั้นหรือยาวเกินไปสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
6 ภาษาที่ใช้นำเสนอมีความเหมาะสมสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
7 การจัดลำดับของข้อคำถามมีความต่อเนื่องมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
8 คำถามมีการเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ สอดคล้องกับ หลักการสัมภาษณ์			
9 การเก็บข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
10 ประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

**แบบประเมินแบบสัมภาษณ์เรื่องแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความ
ได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของ
จังหวัดสระแก้ว**

คำชี้แจง โปรดพิจารณาแบบสัมภาษณ์เรื่องแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความ
ได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว กับข้อความที่กำหนดมี
ความสอดคล้องกันระดับใด จากนั้นขอให้ท่านทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความสอดคล้องว่า เห็น
ด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย

ข้อความ	ความสอดคล้อง		
	เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1
1 ประเด็นคำถามมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
2 รูปแบบการสัมภาษณ์สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
3 คำชี้แจงการสัมภาษณ์สอดคล้องกับหลักการสัมภาษณ์			
4 ข้อคำถามชัดเจนเข้าใจง่ายสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
5 ข้อคำถามแต่ละข้อไม่สั้นหรือยาวเกินไปสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
6 ภาษาที่ใช้นำเสนอมีความเหมาะสมสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
7 การจัดลำดับของข้อคำถามมีความต่อเนื่องมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
8 คำถามมีการเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ สอดคล้องกับ หลักการสัมภาษณ์			
9 การเก็บข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
10 ประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบประเมินแบบสัมภาษณ์เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความ

ได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

คำชี้แจง โปรดพิจารณาแบบสัมภาษณ์เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วกับข้อความที่กำหนดมีความสอดคล้องกันระดับใด จากนั้นขอให้ท่านทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความสอดคล้องว่า เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย

ข้อความ	ความสอดคล้อง		
	เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1
1 ประเด็นคำถามมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
2 รูปแบบการสัมภาษณ์สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
3 คำชี้แจงการสัมภาษณ์สอดคล้องกับหลักการสัมภาษณ์			
4 ข้อคำถามชัดเจนเข้าใจง่ายสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
5 ข้อคำถามแต่ละข้อไม่สั้นหรือยาวเกินไปสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
6 ภาษาที่ใช้นำเสนอมีความเหมาะสมสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล			
7 การจัดลำดับของข้อคำถามมีความต่อเนื่องมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
8 คำถามมีการเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ สอดคล้องกับ หลักการสัมภาษณ์			
9 การเก็บข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
10 ประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบประเมินแบบสอบถามเรื่องร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความ
 ความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว
 คำชี้แจง โปรดพิจารณาแบบประเมินแบบสอบถามเรื่องร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อ
 เสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วกับ
 ข้อความที่กำหนดมีความสอดคล้องกันระดับใด จากนั้นขอให้ท่านทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับ
 ความสอดคล้องว่า เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย

ข้อความ	ความสอดคล้อง		
	เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1
1 ประเด็นคำถามมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
2 รูปแบบการสอบถามสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง			
3 คำชี้แจงการสอบถามสอดคล้องกับหลักการสอบถาม			
4 ข้อคำถามชัดเจนเข้าใจง่ายสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง			
5 ข้อคำถามแต่ละข้อไม่สั้นหรือยาวเกินไปสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง			
6 ภาษาที่ใช้นำเสนอมีความเหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง			
7 การจัดลำดับของข้อคำถามมีความต่อเนื่องมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
8 รูปแบบแบบสอบถามอ่านง่ายสอดคล้องกับหลักการสอบถาม			
9 การเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย			
10 ประโยชน์ที่ได้รับจากการสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ภาคผนวก ค
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประสานงาน

ที่ ฮา ๐๖๓๐.๑๓/๓๒๓



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๑ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๓๑๘๐

๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยรัตน์ ชีระนชัยกุล

ตามที่ อ.ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagship Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

ในกรณีนี้ เพื่อให้การวิจัยดังกล่าวดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเรื่องมีผลการวิจัยเพื่อความถูกต้องตามหลักวิชาการ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิสา พักตร์วีไล)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๖๐๙-๖๐๕๔
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ oim@vu.ac.th



ครบรอบ 12 ปี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
12th Anniversary College of Innovative Management



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานคณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ โทร. ๕๗๕

ที่ อว ๐๖๑๐.๑๗/๕๗๕

วันที่ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อาจารย์ ดร. ปรีชา คำชาติ

ตามที่ อ.ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagshop Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการหลงเทียนเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความเป็นเลิศทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

ในกรณีนี้ เพื่อให้การวิจัยดังกล่าวดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัยเพื่อความถูกต้องตามหลักวิชาการ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

M. P. P.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิลา พัทธวีไล)
คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ



ที่ ฮว ๐๖๓๐.๑๓/ ๒๐๒๔



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๑ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๓๑๘๐

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตามที่ อ.ดร. อมรรักษ์ สอนชุมพล ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagship Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

ในการนี้ เพื่อให้การวิจัยดังกล่าวดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ พิจารณาเห็นว่า อาจารย์ ดร. สาลินี ทิพย์เพ็ญ บุคลากรในสังกัดของท่าน เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในประเด็นการวิจัยดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญ อาจารย์ ดร. สาลินี ทิพย์เพ็ญ ให้เกียรติเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยเพื่อความถูกต้องตามหลักวิชาการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสา พิกครวีโต)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๖๐๔-๓๐๖๓
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cim@vru.ac.th



คสธธบ 12 0 วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
12th Anniversary College of Innovative Management

ที่ อว ๐๖๓๐.๑๗/ กค ๓



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๑ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๓๑๘๐๐

มีนาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว

ด้วย อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล รองคณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagship Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริหารมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว แนวทางการพัฒนา และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริหารมูลค่าสูงตามนโยบายประเทศไทย ๔.๐ ของจังหวัดสระแก้ว

ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์ให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล เข้าดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถามกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือการบริการสุขภาพในสังกัดของท่าน ทั้งนี้ ได้มอบหมายให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๒ ๗๓๒ ๘๗๑๐ เป็นผู้ประสานงานโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

N. Palla

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสิตา พักศรีวิล)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๓๙๐๙-๓๐๖๓
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cimgvr.u.ac.th



คสมว 12 ปี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
12th Anniversary College of Innovative Management

ที่ อว ๐๖๓๐.๑๗/ ๓๕๕



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๓ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๓๑๘๐

มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวังน้อย

ด้วย อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล รองคณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagshop Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว แนวทางการพัฒนา และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงตามนโยบายประเทศไทย ๔.๐ ของจังหวัดสระแก้ว

ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์ให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล เข้าดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถามกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพในสังกัดของท่าน ทั้งนี้ ได้นอบหมายให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๙ ๗๒๒ ๘๗๓๐ เป็นผู้ประสานงานโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสสา พักตร์วิไล)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๕๐๘-๓๐๖๓
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cim@vru.ac.th



ครบรอบ 12 ปี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
12th Anniversary College of Innovative Management

ที่ อว ๐๖๓๐.๑๗/๒๕๖๓



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๓ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๓๑๘๐

๙ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน สาธารณสุขอำเภอวิเศษนคร

ด้วย อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวมบุผล รองคณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagshop Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว แนวทางการพัฒนา และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงตามนโยบายประเทศไทย ๔.๐ ของจังหวัดสระแก้ว

ในกรณีนี้ จึงขอความอนุเคราะห์ให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวมบุผล เข้าดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถามกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพในสังกัดของท่าน ทั้งนี้ ได้มอบหมายให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวมบุผล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๓ ๙๓๒ ๘๗๑๐ เป็นผู้ประสานงานโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

N. P. S.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสา พักศรีวิไล)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์โทรสาร ๐-๒๙๐๕-๓๐๒๓
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cimgwvu.ac.th



ครบรอบ 12 ปี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
12th Anniversary College of Innovative Management

ที่ อว ๐๖๓๖.๓๗/ ๓๕๖



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๓ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๓๑๘๐

มี ๒ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวิเศษนคร

ด้วย อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล รองคณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagship Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว แนวทางการพัฒนา และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงตามนโยบายประเทศไทย ๔.๐ ของจังหวัดสระแก้ว

ในกรณีนี้ จึงขอความอนุเคราะห์ให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล เข้าดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถามกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพในสังกัดของท่าน ทั้งนี้ ใ้มอบหมายให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๑ ๓๓๒ ๘๓๑๐ เป็นผู้ประสานงานโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

M.P.elli

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสา พักตร์วิไล)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๕๑๙-๙๐๑๑
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cims@vu.ac.th



กรมส่งเสริมการเกษตร 12 ปี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

ที่ อว ๐๖๓๐.๓๗/๕๕๖



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๓ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๓๑๔๐

มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตคราห์เก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัย

เรียน นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว

ด้วย อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล รองคณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagshop Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว แนวทางการพัฒนา และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงตามนโยบายประเทศไทย ๔.๐ ของจังหวัดสระแก้ว

ในกรณีนี้ จึงขออนุญาตคราห์ให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล เข้าดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถามกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพในสังกัดของท่าน ทั้งนี้ ได้นอบหมายให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๓ ๙๖๒ ๘๙๖๐ เป็นผู้ประสานงานโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสา พังศรีวิไล)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๕๐๙-๓๐๒๓
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cim@vru.ac.th



ครบรอบ 12 ปี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
12th Anniversary College of Innovative Management

ที่ ขว ๐๖๓๐.๑๗/๓๕๕



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๑ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๓๓๔๐

มีตุลาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัย

เรียน นายกษมาคนสุรกิจห้องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว

ด้วย อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล รองคณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagshop Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว แนวทางการพัฒนา และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงตามนโยบายประเทศไทย ๔.๐ ของจังหวัดสระแก้ว

ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์ให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล เข้าดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถามกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในสังกัดของท่าน ทั้งนี้ ได้อนุญาตให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๑ ๗๗๒ ๘๗๓๐ เป็นผู้ประสานงานโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสิตา พักตร์วิไล)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๖๐๘-๓๐๒๓
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cimg@vru.ac.th



ครบรอบ 12 ปี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
12th Anniversary College of Innovative Management

ที่ ยว ๐๖๓๐.๓๓/ ๒๕๖๓



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๓ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๓๑๘๐

มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการจังหวัดสระแก้ว

ด้วย อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สานซุมล รองคณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagship Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว แนวทางการพัฒนา และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงตามนโยบายประเทศไทย ๔.๐ ของจังหวัดสระแก้ว

ในกรณี จึงขอความอนุเคราะห์ให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สานซุมล เข้าดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถามกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือการบริการสุขภาพในสังกัดของท่าน ทั้งนี้ ได้มอบหมายให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สานซุมล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๑ ๗๓๒ ๘๗๑๐ เป็นผู้ประสานงานโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสา พักศรีวิไล)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๕๖๕-๓๐๓๒
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cim@vru.ac.th



ครบรอบ 12 ปี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
12th Anniversary College of Innovative Management

ที่ ฮว ๐๖๓๐.๑๓/คจว



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ ๑ หมู่ ๒๐
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๑๑๘๐

๙ กรกฎาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณเดชา ฤทธิ์แดง

ด้วย อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล รองคณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผนงานปกติ (Non - Flagshop Program) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศึกษาภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว แนวทางการพัฒนา และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงตามนโยบายประเทศไทย ๔.๐ ของจังหวัดสระแก้ว

ในกรณี จึงขอความอนุเคราะห์ให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล เข้าดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถามกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือการบริการสุขภาพในสังกัดของท่าน ทั้งนี้ ได้มอบหมายให้ อาจารย์ ดร. อมรรักษ์ สวนชุมพล หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๓ ๗๓๒ ๘๗๑๐ เป็นผู้ประสานงานโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสา พัทธวิไล)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๕๐๔-๑๐๒๒
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ cim@vru.ac.th



ครบรอบ 12 ปี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
12th Anniversary College of Innovative Management

ภาคผนวก ง
ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ

**ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์
เรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว**

ข้อความ	ความสอดคล้อง (N=3)			ดัชนีความ สอดคล้อง
	เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
1 ประเด็นคำถาม มีความสอดคล้องกับ ขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
2 รูปแบบการสัมภาษณ์ มีความสอดคล้อง กับผู้ให้ข้อมูล	3	0	0	1.00
3 คำชี้แจงการสัมภาษณ์สอดคล้องกับ หลักการสัมภาษณ์	3	0	0	1.00
4 ข้อคำถามชัดเจนเข้าใจง่ายสอดคล้องกับ ผู้ให้ข้อมูล	3	0	0	1.00
5 ข้อคำถามแต่ละข้อไม่สั้นหรือยาวเกินไป สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล	2	1	0	0.66
6 ภาษาที่ใช้นำเสนอมีความเหมาะสม สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล	3	0	0	1.00
7 การจัดลำดับของข้อคำถามมีความต่อเนื่อง มีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการ วิจัย	3	0	0	1.00
8 คำถามมีการเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูล สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ สอดคล้องกับ หลักการสัมภาษณ์	3	0	0	1.00
9 การเก็บข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลมีความ สอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
10 ประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ มี ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย	3	0	0	1.00
รวม	2.90	0.10	0.00	0.97

จากตารางแสดงให้เห็นว่าผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์เรื่องศักยภาพด้าน
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า แบบสัมภาษณ์ที่
สร้างขึ้นมีความสอดคล้องในภาพรวมเท่ากับ 0.97 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่า
ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1977)

ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์
เรื่องแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วย
การเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

ข้อความ	ความสอดคล้อง (N=3)			
	เห็นด้วย +1	เห็นด้วย +1	เห็นด้วย +1	ดัชนีความ สอดคล้อง
1 ประเด็นคำถาม มีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
2 รูปแบบการสัมภาษณ์ สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล	3	0	0	1.00
3 คำชี้แจงการสัมภาษณ์ สอดคล้องกับหลักการสัมภาษณ์	3	0	0	1.00
4 ข้อคำถามชัดเจนเข้าใจง่าย สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล	2	1	0	0.66
5 ข้อคำถามแต่ละข้อไม่สั้นหรือยาวเกินไป สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล	3	0	0	1.00
6 ภาษาที่ใช้นำเสนอมีความเหมาะสม สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล	2	1	0	0.66
7 การจัดลำดับของข้อคำถามมีความต่อเนื่องมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
8 คำถามมีการเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ สอดคล้องกับหลักการสัมภาษณ์	3	0	0	1.00
9 การเก็บข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
10 ประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย	3	0	0	1.00
รวม	2.80	0.20	0.00	0.93

จากตารางแสดงให้เห็นว่าผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์เรื่องแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องในภาพรวมเท่ากับ 0.93 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1977)

**ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์
เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วย
การเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว**

ข้อความ	ความสอดคล้อง (N=3)			ดัชนีความ สอดคล้อง
	เห็นด้วย +1	เห็นด้วย +1	เห็นด้วย +1	
1 ประเด็นคำถาม มีความสอดคล้องกับขอบข่ายของ เนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
2 รูปแบบการสัมภาษณ์ สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล	3	0	0	1.00
3 คำชี้แจงการสัมภาษณ์ สอดคล้องกับหลักการ สัมภาษณ์	3	0	0	1.00
4 ข้อคำถามชัดเจนเข้าใจง่าย สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล	2	1	0	0.66
5 ข้อคำถามแต่ละข้อไม่สั้นหรือยาวเกินไป สอดคล้อง กับผู้ให้ข้อมูล	2	1	0	0.66
6 ภาษาที่ใช้นำเสนอมีความเหมาะสม สอดคล้องกับ ผู้ให้ข้อมูล	3	0	0	1.00
7 การจัดลำดับของข้อคำถามมีความต่อเนื่องมีความ สอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
8 คำถามมีการเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดง ความคิดเห็นได้อย่างอิสระ สอดคล้องกับ หลักการ สัมภาษณ์	3	0	0	1.00
9 การเก็บข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลมีความสอดคล้องกับ ขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
10 ประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ มีความ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย	3	0	0	1.00
รวม	2.80	0.20	0.00	0.93

จากตารางแสดงให้เห็นว่าผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์เรื่องรูปแบบการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของ
จังหวัดสระแก้วของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องใน
ภาพรวมเท่ากับ 0.93 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (Rovinelli &
Hambleton, 1977)

ผลการประเมินแบบสอบถาม
เรื่องร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน
ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

ข้อความ	ความสอดคล้อง (N=3)			ดัชนีความ สอดคล้อง
	เห็นด้วย +1	เห็นด้วย +1	เห็นด้วย +1	
1 ประเด็นคำถามมีความสอดคล้องกับขอบข่าย ของเนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
2 รูปแบบการสอบถามสอดคล้องกับกลุ่ม ตัวอย่าง	3	0	0	1.00
3 คำชี้แจงการสอบถามสอดคล้องกับหลักการ สอบถาม	3	0	0	1.00
4 ข้อคำถามชัดเจนเข้าใจง่ายสอดคล้องกับกลุ่ม ตัวอย่าง	2	1	0	0.66
5 ข้อคำถามแต่ละข้อไม่สั้นหรือยาวเกินไป สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง	2	1	0	0.66
6 ภาษาที่ใช้นำเสนอมีความเหมาะสมสอดคล้อง กับกลุ่มตัวอย่าง	2	1	0	0.66
7 การจัดลำดับของข้อคำถามมีความต่อเนื่องมี ความสอดคล้องกับขอบข่ายของเนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
8 รูปแบบแบบสอบถามอ่านง่ายสอดคล้องกับ หลักการสอบถาม	3	0	0	1.00
9 การเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถามมีความสอดคล้องกับขอบข่ายของ เนื้อหาการวิจัย	3	0	0	1.00
10 ประโยชน์ที่ได้รับจากการสอบถามมีความ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย	3	0	0	1.00
รวม	2.70	0.30	0.00	0.90

จากตารางแสดงให้เห็นว่าผลการประเมินแบบสอบถามเรื่องร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องในภาพรวมเท่ากับ 0.90 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1977)

ภาคผนวก จ
ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
เรื่อง าร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	61.5000	33.776	.369	.886
a2	61.3000	35.114	.228	.893
a3	60.9333	33.030	.724	.869
b1	60.9333	32.478	.815	.865
b2	60.8667	32.326	.840	.864
b3	60.8000	33.131	.825	.867
b4	60.9000	32.093	.877	.863
b5	60.8667	32.464	.817	.865
b6	60.9000	33.403	.662	.871
b7	60.8000	33.200	.812	.867
b8	60.9667	32.033	.731	.867
b9	60.9333	32.616	.710	.868
c1	61.3667	35.413	.180	.897
c2	61.3667	36.723	.075	.899
c3	61.1667	34.351	.379	.883

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.883	.912	15

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

ภาคผนวก จ
เครื่องมือการวิจัย

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว

บันทึกผู้สัมภาษณ์

ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์

อาชีพ/หน่วยงานวันที่เวลา.....สถานที่.....

การสัมภาษณ์ครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงในจังหวัดสระแก้ว โดยมุ่งหวังที่จะศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว ซึ่งมีนิยามศัพท์และประเด็นการสัมภาษณ์ ดังนี้

1 นิยามศัพท์

1.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชม แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกวิธี และมีคุณภาพมาตรฐาน

1.2 หลักการที่บ่งชี้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วยหลากหลายวิธี เช่น

1.2.1 การพึ่งพาธรรมชาติ เช่น การใช้เครื่องสำอางสมุนไพร อาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากผักพื้นบ้านและสมุนไพร การมีสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย บรรยากาศที่ผ่อนคลาย, การท่องเที่ยวธรรมชาติ ภูเขา น้ำตก ทะเลสาบ ห้วย หนอง คลอง แม่น้ำ บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ โคลน น้ำแร่ เป็นต้น

1.2.2 การมีกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกายและทางจิต เช่น การนวดแผนไทย ทำสปา อบ/ประคบสมุนไพร อาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ โยคะ แอโรบิก ว่ายน้ำ ปั่นเขา พายเรือ วิ่ง เดินป่า ชกมวย การเข้าฟิตเนส การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การทำสปา การทำทรีตเมนต์ การสครับหรือขัดผิว การทำผม ทำเล็บ การพอกโคลน เป็นต้น

1.2.3 การใช้วิธีการดั้งเดิมในการรักษาสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การนวดกดจุด การต่อกระดูก การชาง การนวดหม้อเกลือ การเป่าคาถา การตรวจพลังชีวิต การรับประทานยาสมุนไพรไทย การรับประทานอาหารตามธาตุเจ้าเรือน การฝังเข็ม การกดจุด การตรวจสุขภาพแบบ หยินหยาง การฝึกลมปราณ การยึดเส้นตามศาสตร์แพทย์จีน การรับประทานยาสมุนไพรจีน การแพทย์แบบอายุรเวท (Ayurvedic Medicine) การบำบัดโดยอาศัยหลักการ สรีระและจิตใจ (Naturopathic Medicine) โยคะ ฤๅษีดัดตน เป็นต้น

1.2.4 การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เช่น การที่โรงแรม ที่พัก และรีสอร์ทให้ความสำคัญกับการบริการที่ส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ ฟิตเนส อาหารเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย สปา อาหาร ออแกนิก อาหารควบคุมน้ำหนัก อาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารคลีน เป็นต้น

2 ประเด็นการสัมภาษณ์

1. ศักยภาพของจังหวัดสระแก้วด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) เป็นอย่างไร ?
2. สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรและเข้มแข็งในอนาคตได้คืออะไรบ้าง ?
- 3 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือที่ใดบ้าง ?

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูล

แบบสัมภาษณ์
เรื่อง แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการ
แข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

บันทึกผู้สัมภาษณ์

ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์

อาชีพ/หน่วยงานวันที่เวลา.....สถานที่.....

การสัมภาษณ์ครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงในจังหวัดสระแก้ว โดยมุ่งหวังที่จะ ทราบแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ซึ่งมีนิยามศัพท์และประเด็นการสัมภาษณ์ ดังนี้

1 นิยามศัพท์

1.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชม แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกวิธี และมีคุณภาพมาตรฐาน

1.2 หลักการที่บ่งชี้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมสุขภาพซึ่งประกอบด้วยหลากหลายวิธี เช่น

1.2.1 การพึ่งพาธรรมชาติ เช่น การใช้เครื่องสำอางสมุนไพร อาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากผักพื้นบ้านและสมุนไพร การมีสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย บรรยากาศที่ผ่อนคลาย การท่องเที่ยวธรรมชาติ ภูเขา น้ำตก ทะเลสาบ ห้วย หนอง คลอง แม่น้ำ บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ โคลน น้ำแร่ เป็นต้น

1.2.2 การมีกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกายและทางจิต เช่น การนวดแผนไทย ทำสปา อบ/ประคบสมุนไพร อาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ โยคะ แอโรบิก ว่ายน้ำ ปั่นเขา พายเรือ วิ่ง เดินป่า ชกมวย การเข้าฟิตเนส การฝึกกายบริหารทำฤชิตัดตน การทำสปา การทำทรีตเมนต์ การสครับหรือขัดผิว การทำम्म ทำเล็บ การพอกโคลน เป็นต้น

1.2.3 การใช้วิธีการดั้งเดิมในการรักษาสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การนวดกดจุด การต่อกระดูก การขาง การนวดหม้อเกลือ การเป่าคาถา การตรวจพลังชีวิต การรับประทานยาสมุนไพรไทย การรับประทานอาหารตามธาตุเจ้าเรือน การฝังเข็ม การกดจุด การตรวจสุขภาพแบบ หยินหยาง การฝึกลมปราณ การยึดเส้นตามศาสตร์แพทย์จีน การรับประทานยาสมุนไพรจีน การแพทย์แบบอายุรเวท (Ayurvedic Medicine) การบำบัดโดยอาศัยหลักการ สรีระและจิตใจ (Naturopathic Medicine) โยคะ ฤชิตัดตน เป็นต้น

1.2.4 การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เช่น การที่โรงแรม ที่พัก และ รีสอร์ทให้ความสำคัญกับการบริการที่ส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ ฟิตเนส อาหารเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย สปา อาหาร ออแกนิก อาหารควบคุมน้ำหนัก อาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารคลีน เป็นต้น

2 ประเด็นการสัมภาษณ์

2.1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักการวางแผนธุรกิจด้วยแนวคิดของ Business Model Canvas เป็นอย่างไร?

2.1.1 คุณค่าที่ต้องการให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว (คุณค่าของสินค้า/บริการที่นำเสนอ :Value Proposition)

2.1.2 นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ (กลุ่มลูกค้าหลัก :Customer Segments)

2.1.3 การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มนักท่องเที่ยว (สายสัมพันธ์ลูกค้า :Customer Relationships)

2.1.4 ช่องทางการสื่อสารหรือช่องทางการตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยว (ช่องทางการเข้าถึง :Channels)

2.1.5 รายได้ของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น (รูปแบบรายได้ : Revenue Streams)

2.1.6 ทรัพยากรที่ใช้ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว (ทรัพยากรที่มี :Key Resources)

2.1.7 กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยว (กิจกรรมหลักที่ทำ :Key Activities)

2.1.8 หุ้นส่วนที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว (หุ้นส่วนหลัก : Key Partners)

2.1.9 ต้นทุนของการดำเนินการท่องเที่ยว (โครงสร้างต้นทุน : Cost Structure)

2.2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Model) เป็นอย่างไร?

2.2.1 กิจกรรมหลัก (Primary Activity)

2.2.1.1 การนำเข้าและการจัดเก็บทรัพยากรหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การนำเข้าและจัดเก็บวัตถุดิบ : Inbound logistics)

2.2.1.2 การดำเนินงานเพื่อแปรรูปทรัพยากรหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องให้เป็นการให้บริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การดำเนินงานเพื่อแปรรูปสินค้า : Operations)

2.2.1.3 การจัดส่งและการบริหารทรัพยากรหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องให้เป็นการให้บริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การจัดส่งและการบริหารคลังสินค้า :Outbound logistics)

2.2.1.4 การตลาดและการขายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การตลาดและการขายสินค้า :Marketing and sales)

2.2.1.5 การบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การบริการ :Service)

2.2.2 กิจกรรมสนับสนุน Support Activity

2.2.2.1 การจัดหา/จัดซื้อทรัพยากรหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องให้เป็นการให้บริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การจัดหา/จัดซื้อ :Procurement)

2.2.2.2 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร : Technology development)

2.2.2.3 การบริหารทรัพยากรบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การบริหารทรัพยากรบุคคล : Human resource management)

2.2.2.4 การบริหารโครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การบริหารโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร : Firm infrastructure)

2.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามหลักการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) เป็นอย่างไร?

2.3.1 รายละเอียดของเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีอะไรบ้าง? (เว็บไซต์ : website & Landing Page)

2.3.2 เนื้อหาทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีอะไรบ้าง? (การตลาดเชิงเนื้อหา : Content Marketing)

2.3.3 การดำเนินการเกี่ยวกับอีเมลของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีอะไรบ้าง? (จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : E-Mail Marketing)

2.3.4 การครองหน้าแรกของเว็บไซต์หรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรดำเนินการอย่างไร? (ครองหน้าแรก : Search Engine Optimization)

2.3.5 การดำเนินการเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีอะไรบ้าง? (สื่อสังคม : Social Media Marketing)

2.4 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามหลักเส้นทางของผู้บริโภค (Customer's Journey) เป็นอย่างไร?

2.4.1 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร? (การรับรู้ : Awareness)

2.4.2 การประเมินทางเลือกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว (ก่อนการซื้อสินค้าหรือบริการ) เป็นอย่างไร? (การประเมินทางเลือก : Consideration)

2.4.3 การแสดงออกด้วยความชื่นชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร? (ความชื่นชอบ : Preference)

2.4.4 การซื้อสินค้าหรือบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร? (การซื้อ : Purchasing)

2.4.5 การแสดงออกถึงความประทับใจหรือความจงรักภักดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว (หลังจากซื้อสินค้าหรือบริการ) เป็นอย่างไร? (ความจงรักภักดี : Loyalty)

2.4.6 การบอกต่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร? (การบอกต่อ : Advocacy)

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูล

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

บันทึกผู้สัมภาษณ์

ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์

อาชีพ/หน่วยงานวันที่เวลา.....สถานที่.....

การสัมภาษณ์ครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงในจังหวัดสระแก้ว โดยมุ่งหวังที่จะศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ซึ่งมีนิยามศัพท์และประเด็นการสัมภาษณ์ ดังนี้

1 นิยามศัพท์

1.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชม แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกวิธี และมีคุณภาพมาตรฐาน

1.2 หลักการที่บ่งชี้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วยหลากหลายวิธี เช่น

1.2.1 การพึ่งพาธรรมชาติ เช่น การใช้เครื่องสำอางสมุนไพร อาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากผักพื้นบ้านและสมุนไพร การมีสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย บรรยากาศที่ผ่อนคลาย, การท่องเที่ยวธรรมชาติ ภูเขา น้ำตก ทะเลสาบ ห้วย หนอง คลอง แม่น้ำ บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ โคลน น้ำแร่ เป็นต้น

1.2.2 การมีกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกายและทางจิต เช่น การนวดแผนไทย ทำสปา อบ/ประคบสมุนไพร อาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ โยคะ แอโรบิก ว่ายน้ำ ปั่นเขา พายเรือ วิ่ง เดินป่า ชกมวย การเข้าฟิตเนส การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การทำสปา การทำทรีดเม้นต์ การสครับหรือขัดผิว การทำผม ทำเล็บ การพอกโคลน เป็นต้น

1.2.3 การใช้วิธีการดั้งเดิมในการรักษาสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การนวดกดจุด การต่อกระดูก การชาง การนวดหม้อเกลือ การเป่าคาถา การตรวจพลังชีวิต การรับประทานยาสมุนไพรไทย การรับประทานอาหารตามธาตุเจ้าเรือน การฝังเข็ม การกดจุด การตรวจสุขภาพแบบ หยินหยาง การฝึกลมปราณ การยืดเส้นตามศาสตร์แพทย์จีน การรับประทานยาสมุนไพรจีน การแพทย์แบบอายุรเวท (Ayurvedic Medicine) การบำบัดโดยอภัยหลักการ สรีระและจิตใจ (Naturopathic Medicine) โยคะ ฤๅษีดัดตน เป็นต้น

1.2.4 การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เช่น การที่โรงแรม ที่พัก และรีสอร์ทให้ความสำคัญกับการบริการที่ส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ ฟิตเนส อาหารเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย สปา อาหาร ออแกนิก อาหารควบคุมน้ำหนัก อาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารคลีน เป็นต้น

2 ประเด็นการสัมภาษณ์

- 1 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ควรมีกระบวนการต้นน้ำ อย่างไร
- 2 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ควรมีกระบวนการกลางน้ำ อย่างไร
- 3 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว ควรมีกระบวนการปลายน้ำ อย่างไร

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูล

แบบสอบถาม

เรื่อง ร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว

คำชี้แจง

ร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วนี้พัฒนาขึ้นมาจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว โดยแบ่งออกเป็นประเด็นต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

แบบสอบถามฉบับนี้ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2) ความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วไปปฏิบัติ ทั้งนี้ ข้อมูลต่างๆ ที่ศึกษานี้เป็นการศึกษาในเชิงวิชาการและจะไม่มีผลสะท้อนกลับในแง่ลบแก่ท่านผู้ให้ข้อมูลแต่ประการใด จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามโดยตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง ทั้งนี้หวังว่าคงจะได้รับความกรุณาจากท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมค่าลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่านตามความเป็นจริง

1. สถานภาพ

- บุคลากรทางการแพทย์
- บุคลากรภาครัฐ
- ผู้ประกอบการเอกชน
- ชุมชน
- นักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความ
ได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วไปปฏิบัติ
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านว่ามีความเหมาะสม/ความเป็นไป
ได้ในทางปฏิบัติ ระดับใด

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อ เสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่ม การบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว	ระดับความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด
1 กระบวนการต้นน้ำ 1.1 มีการสอบถาม ประสานงาน รวบรวม และวิเคราะห์ ข้อมูลประเด็นที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว ที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
1.2 มีการสอบถาม ประสานงาน รวบรวม และวิเคราะห์ ข้อมูลประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งที่จะส่งเสริมให้จังหวัด สระแก้วมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบ วงจรและเข้มแข็งในอนาคต					
1.3 มีการสอบถาม ประสานงาน รวบรวม และวิเคราะห์ ข้อมูลตามหลัก SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค)					
2 กระบวนการกลางน้ำ 2.1 มีการออกแบบการบริหารจัดการด้วยการสร้าง เครือข่ายและแนวทางการดำเนินงานเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วบนพื้นฐานของ ทรัพยากรที่มีอยู่ในจังหวัดและสอดคล้องกับความต้องการ ของนักท่องเที่ยว เช่น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง, การกำหนด ข้อตกลง รายละเอียด บทบาทหน้าที่ และแต่งตั้งคณะ ดำเนินงาน, การบริหารงานบุคคลที่เป็นระบบและเน้น การจ้างงานหรือรับสินค้าที่เกี่ยวข้องจากคนในพื้นที่ การ สร้างบุคลากรให้มีความรู้ ความรับผิดชอบ และการ บริการที่ดี, การรวบรวมข้อมูลของทรัพยากรทางของ ชุมชน และการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและทักษะ การให้บริการแก่บุคลากร เป็นต้น					

(ต่อ)

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว	ระดับความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2.2 มีการออกแบบการบริหารจัดการด้วยการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าหลัก การรับรู้ การประเมินทางเลือก การแสดงความชื่นชอบ การแสดงความจงรักภักดี พฤติกรรมการการซื้อ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้ว					
2.3 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่มีเอกลักษณ์บนพื้นฐานวิถีชุมชนอย่างมีมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเน้นการบริการด้วยรอยยิ้ม เป็นมิตร ให้เกียรติ และมีมาตรฐานตามศาสตร์การแพทย์แผนไทย					
2.4 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วโดยการคำนวณโครงสร้างต้นทุน เช่น ค่าแรงบุคลากรที่ให้บริการ ค่าการประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในนักท่องเที่ยว ค่าสาธารณูปโภค ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ของการจัดกิจกรรม					
2.5 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วโดยการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของทรัพยากรหรือบุคลากรที่มีอยู่ในจังหวัด					
2.6 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วโดยการออกแบบการสร้างรายได้ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 3 รูปแบบ คือ การให้บริการสุขภาพ การจำหน่ายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และค่าบริการหรือค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย					

(ต่อ)

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อ เสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่ม การบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว	ระดับความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด
2.7 มีการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพของจังหวัดสระแก้วที่เน้นวิถีชีวิตชุมชนและ การให้บริการเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องต้อง ตามศาสตร์ของการแพทย์แผนไทยเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดี และการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ การให้บริการทางการแพทย์ และการทำกิจกรรม ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
2.8 มีการดำเนินการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการ สร้างสัมพันธ์ภาพแบบออนไลน์ที่นำเสนอเป็นรูปภาพ วิดีโอ การมีปฏิสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่ ง่ายและรวดเร็วผ่านการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนหรือค อมพิวเตอร์ ซึ่งเน้นการเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัล แพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการดำเนินการตลาด การประชาสัมพันธ์ และ การสร้างสัมพันธ์ภาพตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า แหล่ง ท่องเที่ยวอื่น ๆ และการบอกต่อจากบุคคลสู่บุคคล					
2.9 มีการดำเนินการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการ สร้างสัมพันธ์ภาพแบบออนไลน์ ที่ให้ความสำคัญกับการ จัดวางหน้าเว็บไซต์ (Website) หรือสื่อโฆษณาให้เข้าใจ ง่าย กระชับ เน้นรูปภาพหรือวิดีโอ มีรายละเอียดของ บริการหรือสินค้าที่ครบถ้วน น่าสนใจ และเป็นข้อมูลที่ เป็นปัจจุบัน, การเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ที่มีอยู่อย่างหลากหลายอย่างเป็น ระบบ และการนำเสนอข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นรายบุคคล เป็นระยะ					

(ต่อ)

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว	ระดับความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
3 กระบวนการปลายน้ำ					
3.1 มีการเกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่มีการจ้างงานและสร้างรายได้ให้จังหวัดสระแก้ว					
3.2 มีการเกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่มีการส่งเสริมสุขภาพตามหลักการของการแพทย์แผนไทย					
3.3 มีการเกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้วที่สร้างความผ่อนคลายร่างกายและจิตใจให้นักท่องเที่ยว					

ภาคผนวก ข
ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยว

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยว



โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้ว

TRAVEL

Sa Kaeo

WELLNESS TRAVEL

traveling to replenish your
physical & emotional health

โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้ว

วัน	เวลา	กิจกรรม	หมายเหตุ
1	09.00 น.	เดินทางถึง รพ.วังน้ำเย็น ณ อาคารแพทย์แผนไทยเพื่อคุณภาพ	
	09.05 น. - 10.30 น.	<p>การเรียนรู้และผ่อนคลายด้วยการบริการสุขภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ชมวิถีทัศน์แนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ - การชงมือ-แช่เท้า - การเรียนรู้เรื่องสมุนไพร ณ สวนสมุนไพรที่รวบรวมพืชสมุนไพรด้านสาธารณสุขพื้นฐาน ว่างานและพันธุ์ไม้หายาก เช่น ร้อยน้ำ เจดุมูลเพลิง ส้มซ่า กาลิงวัวแดง - การเรียนรู้กระบวนการผลิตยาสมุนไพรที่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การผลิตยาสมุนไพรที่ดี (GMP) - การเรียนรู้ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร 	
	10.31 น. - 12.00 น.	<p>ร่วมกิจกรรมทำลูกประคบ การตรวจธาตุเจ้าเรือน และการตรวจชีพจร (การรับคำปรึกษาหรือแนะนำเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพตามปัจเจกบุคคลด้วยการการตรวจธาตุเจ้าเรือนและการเรียนรู้อาหารและสมุนไพรตามธาตุที่เหมาะสมกับแต่ละคน)</p>	
	12.01 น. - 13.00 น.	<p>รับประทานอาหารกลางวัน (อาหารเพื่อสุขภาพจากพืชพื้นบ้านและสมุนไพร)</p>	
	13.01 น. - 16.30 น.	<p>การรับบริการเพื่อสุขภาพโดยการรักษาด้วยยาสมุนไพรและหัตถการทางการแพทย์แผนไทย</p> <p>เช่น การนวดลูกประคบ การทำสปา อบสมุนไพร นวดเท้า สปาเท้า นวดหน้า นวดไทย นวดน้ำมัน ชัดผิว นวดกระชับเซลล์ลูไลท์</p>	
	16.31 น.	คณะกลับที่พัก	

โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสระแก้ว

วัน	เวลา	กิจกรรม	หมายเหตุ
2	09.00 น.	เดินทางถึง หมู่บ้านทับทิมสยาม 05	
	09.01 น. - 09.30 น.	การเรียนรู้ด้านสมุนไพร - ชมวิถีทัศน์แนะนำเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่จัดตั้งขึ้นตามโครงการของศาสตราจารย์ ดร.สมเด็จพระเจ้าอนังนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณ วลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี องค์ประธานสถาบัน วิจัยจุฬาภรณ์	
	09.31 น. - 10.30 น.	การเรียนรู้วิถีชุมชนและการศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้าน ด้านสมุนไพร/หมอยาพื้นบ้าน	
	10.31 น. - 12.00 น.	การเรียนรู้กระบวนการปลูกพืชสมุนไพร ณ แปลปลูก สมุนไพร	
	12.01 น. - 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน (อาหารเพื่อสุขภาพจาก พืชพื้นบ้านและสมุนไพร)	
	13.01 น. - 14.30 น.	การเรียนรู้การเก็บผลผลิตอบแห้งสมุนไพรชนิดต่าง ๆ ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เช่น กระเจี๊ยบแดง เฉาก๊วย เป็รียง เก๊กฮวย ชาปัญญาจันทร์ ไพล ฯ ณ โรงอบพลังงาน แสงอาทิตย์	
	14.31 น. - 16.00 น.	การเรียนรู้การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP เช่น สมุนไพรอบแห้ง ลูกประคบ สบู่สมุนไพร น้ำมันเหลือง น้ำมันไพล ยาหม่องไพล เพื่อจำหน่ายให้โรงพยาบาล หรือผู้สนใจ	
	16.01 น. - 16.30 น.	- การถ่ายภาพและชมวิวทิวทัศน์บริเวณจุดชมวิวทัศนจรรย์ และจุดชมวิวกว 360 องศา - การเที่ยวชมทุ่งดอกเก๊กฮวย (เดือน พ.ย. - ม.ค.ของทุกปี) - การปั่นจักรยานหรือการเดินออกกำลังกายในบรรยากาศ ที่ผ่อนคลาย	
	16.31 น.	คณะกลับที่พัก	

ภาคผนวก ข
ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1 นายนฤพล สังเกต | ห้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว |
| 2 นางสาวฐิติารีย์ พิมพ์รัตน์ | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว |
| 3 นางสาวชฎารัตน์ ผดุงพงษ์ | เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว |
| 4 นางราตรี แสงรุ่งเรือง | นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว |
| 5 นายเดชา ฤทธิ์แดง | ผู้ประกอบการ, คณะกรรมการ Young Smart Farmer ระดับจังหวัด และประชาสัมพันธ์สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดสระแก้ว |
| 6 นางปิยะนุช ฤทธิ์แดง | ผู้ประกอบการ และวิทยากรด้านการดูแลสุขภาพด้วยสมุนไพรเบื้องต้น การอบสมุนไพร การพอกสมุนไพร การแช่มือแช่เท้า |
| 7 นายสมบัติ สันติวงษ์ | สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว |
| 8 นายอารม ชาญเสริม | สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว |
| 9 นางไขศรี เต็มเปี่ยม | โรงพยาบาลวัฒนานคร |
| 10 นางสาวสาวิตตรี งามวงศ์ | โรงพยาบาลวังน้ำเย็น |
| 11 นางสาวประยูร โพธิ์พันธ์ไม้ | โรงพยาบาลวังน้ำเย็น |
| 12 นายนิยม สว่างอาคม | ชุมชน |
| 13 นางปราณี บุญครอง | ชุมชน |
| 16 นายสมโชค ประจิตตรี | ชุมชน |
| 15 นางสาวแสงอรุณ คุ่มทรัพย์ | ชุมชน |
| 14 นางวันทา เมตตราการ | นักท่องเที่ยว |
| 17 นางสาวธัญปณี มิตรภักดี | นักท่องเที่ยว |

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรักษ์ สวนชุมพล
วันเดือนปีเกิด	4 ธันวาคม 2523
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพ
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ) สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม) สาขาวิชาพัฒนสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปริญญาเอก การศึกษาดุษฎีบัณฑิต (กศ.ด) สาขาวิชาการศึกษาระดับสูง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ตำแหน่งปัจจุบัน	รองคณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
สถานที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 13180
ผลงานทางวิชาการ	อมรรักษ์ สวนชุมพล .2561. การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ. วารสารวิจัย และพัฒนามวลอยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ . 13 (1). (2561, มกราคม – เมษายน) อมรรักษ์ สวนชุมพล ,สอาด บรรเจิดฤทธิ์ และ ลลิตา แก้ว ฉาย .2560. การจัดการปัญหาแรงงานต่างด้าวในเขตจังหวัดปทุมธานีโดยการมีส่วนร่วม ของชุมชน. วารสารวิจัยและพัฒนามวลอยอลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ . 12 (2). (2560, พฤษภาคม – สิงหาคม) อมรรักษ์ สวนชุมพล และกัลยารัตน์ อีระธนชัยกุล. 2558. ปัจจัยเชิงสาเหตุ ที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบ ในการแข่งขันของ ธุรกิจโลจิสติกส์ภาคบริการ เขตภาคกลาง. วารสารวิจัยและพัฒนามวล อยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคม ศาสตร์ . 10 (3 . (2558, กันยายน – ธันวาคม)