

แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

The Guidelines for Developing Competitive Advantage of Wellness Tourism Business in Phuket

วันที่รับบทความ : 24/06/2018

วันที่แก้ไขบทความ : 07/08/2019

วันที่ตอบรับ : 28/08/2019

พุทธรพร อักษรไพโรจน์*

Puttapor Aksompaioj*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อสำรวจสถานการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต (2) เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต และ (3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ใช้เกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ศึกษา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบประเมิน การประชุมกลุ่มย่อย การสังเกต การวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์ TOWS และการประชาคม โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า (1) ธุรกิจกลุ่มการพักผ่อนหย่อนคลายซึ่งมีธุรกิจสปาเป็นบริการหลักที่สร้างรายได้และมีจำนวนสูงสุด และจากกระแสความนิยมการดูแลสุขภาพ ความมีชื่อเสียงของภูเก็ตในการเป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวระดับโลก อีกทั้ง แนวคิดการจัดตั้งธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายชัดเจน ล้วนเป็นสิ่งส่งเสริมการลงทุนและความสำเร็จของ

*ปรด. (สาขาการจัดการการท่องเที่ยว) คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา (2559), ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

*Ph.D. (Program in Tourism Management), School of Management and Information Sciences, University of Phayao (2016), Currently a Lecturer Agricultural Resource Management for Tourism, Faculty of Agricultural Technology, Phuket Rajabhat University

ธุรกิจในปัจจุบัน (2) การวิเคราะห์ขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจ พบว่า ธุรกิจบริการสำหรับสมรรถภาพทางกายและโภชนาการเพื่อสุขภาพเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสามารถของธุรกิจอยู่ในระดับสูง และธุรกิจการดูแลสุขภาพ การพักผ่อนหย่อนคลาย สมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ และการศึกษา มีความสามารถของธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ แรงผลักดันจากการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ อำนาจต่อรองของผู้ผลิต และอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ แต่อย่างไรก็ตาม สินค้าทดแทนและการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมยังคงส่งผลกระทบต่อความสามารถของธุรกิจอยู่บ้างในระดับปานกลาง ดังนั้น แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ I-MVS ได้แก่ (1) ด้านการบูรณาการ (Integrated) (2) ด้านการตลาด (Marketing) (3) ด้านข้อเสนอ ในการสร้างคุณค่า (Value Creation Proposition) และ (4) ด้านการออกแบบบริการ (Service Design)

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ภูเก็ต

Abstract

This research aims to: (1) investigate the situation of health promotion tourism businesses in Phuket (2) to study the competitiveness of the health tourism businesses in Phuket and (3) to propose ways to improve the competitiveness of the health tourism business in Phuket. The study was conducted by means of qualitative research. The primary informants are the health promotion travel agencies in Phuket, including academics, government agencies, and private organizations related to specific criteria. The instruments used for the study were questionnaires, SWOT analysis, TOWS analysis, and community survey through content analysis.

As a result, it has been found that (1) Relaxation business group, consisted of spa business is the main service that generates revenue with the highest number of entrepreneurs. As far as health care is concerned, the trend and popularity of health care is increasing. With Phuket's reputation as a destination for global travel, the concept of business establishment has a clear advantage in terms of investment. (2) Analyzes of business capabilities show that the health promotion tourism businesses in Phuket have the capability

of being in the high level businesses, comprised of related business services for physical fitness, Healthy Nutrition, Diet and Health promotion business in Phuket. Those with moderate business capability are Beauty Care, Relaxation, Meditation and Mental Activity and Education Business. Overall, the impetuses for new competitors of entries, bargaining power of the manufacturer and the bargaining power of tourists have a lower effect on the business. However, substitute products and competition in the industry have had a moderate impact on the ability of the business. Therefore, the development of the competitiveness of the health promotion tourism business in Phuket Province so called “I-MVS” to development: (1) Integrated (2) Marketing (3) Value Creation Proposition. (4) Service Design

Keywords : Wellness Tourism, Competitive Advantage, Phuket

บทนำ

ปัจจุบันรัฐบาลส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจภาคบริการที่มีศักยภาพ การเติบโตและมีส่วนสนับสนุนภาคการผลิตให้มีประสิทธิภาพ การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว การพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่ ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุก โดยมุ่งเน้นตลาดเป้าหมาย ทั้งตลาดศักยภาพและลงทุนตลาดใหม่ Office of the National Economics & Social Development Board, (2016) สนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมใหม่เพื่อเปลี่ยนรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยีให้เป็นกลไกที่สำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Growth Engines) ของประเทศ โดยมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) เป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศเพื่อการเปลี่ยนรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนจากลักษณะบริการแบบดั้งเดิม (Traditional Services) ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่การมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าของการบริการ (High Value Services) ส่งเสริมการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศไทย 4.0

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) มีการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เป็นกระบวนทัศน์แบบเน้น การรักษาทางการแพทย์รูปแบบเดิมเป็นแนวคิดดั้งรับเพื่อให้เกิดสุข

ภาวะ (Reactive Wellness paradigm) ส่วนกระบวนการที่ส่งเสริมสุขภาพที่ดี (Wellness Paradigm) เป็นกระบวนการรักษาไปสู่การดูแลสุขภาพในเชิงรุก (Proactive Wellness Paradigm) เป็นการป้องกันหรือเสริมสร้างสุขภาพ เน้นการส่งเสริมสุขภาพแบบบูรณาการ (Integrated Wellness-Oriented Approaches) Global Spa Summit & SRI International, (2010)

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนหรือนอกที่พักผ่อน การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) มีบริการเกี่ยวข้องครอบคลุม Müller & Kaufmann, (2000) คือ การบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) การดูแลความงาม (Beauty Care) โภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet) การพักผ่อนหย่อนคลาย (Relaxation) สมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity) และการศึกษา (Education) รายงานตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในปี ค.ศ. 2015 สำหรับ 20 อันดับแรกของตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในระดับโลก พบว่า อันดับสูงสุดคือประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมันนี ฝรั่งเศส ตามลำดับ ส่วนประเทศไทยจัดอยู่ในลำดับที่ 13 ของโลก Global Wellness Institute, (2017) โดยสร้างรายได้ในปี ค.ศ. 2013 สูงเป็น 4 เท่าจากปี ค.ศ. 2010 คือ มีมูลค่าสูงประมาณ 438.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐเนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีกำลังซื้อสูงและมีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่นโดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 130 ทั้งนี้ เป็น โอกาสอันดีเพราะมีแนวโน้มให้ความนิยมมาท่องเที่ยวแถบเอเชียและแปซิฟิกมากขึ้น Global Wellness Institute, (2013)

จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก จากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของวัฒนธรรมที่ผสมผสานสร้างมนต์เสน่ห์ดึงดูดจนทำให้ในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก รวมถึงที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการเชิงสุขภาพ Wongkit & Mc Kercher, (2013) แนวโน้มการขายตัวของธุรกิจเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness) จากการขยายการลงทุนของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งมีสปาที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในระดับโลกจำนวนมาก ในจังหวัดภูเก็ต ภูเก็ตจึงมีโอกาสในการขยายฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการธุรกิจโรงแรมที่พักที่มีบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness) รวมถึงการทำสมาธิ (Meditation) ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ชัดเจนด้านศาสนาพุทธ และการออกกำลังด้วยวิถีไทย อย่างเช่นมวยไทย ที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยว Department of Health Service Support, (2015)

ทั้งนี้ จึงพบว่า มีจำนวนผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นจำนวนมาก เพียงแค่ในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันผู้ประกอบการมีทั้งที่ประสบความสำเร็จและกำลังพยายามพัฒนาธุรกิจ หลายแห่งประสบปัญหาการไม่เข้าใจแนวคิดการดำเนินธุรกิจส่งเสริมสุขภาพที่แท้จริง การเตรียมความพร้อมของราชการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ความพร้อมของบุคลากร สถานที่และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาพองค์กรวมให้เกิดขึ้น ธุรกิจหลายแห่งจึงได้นำกลยุทธ์ด้านราคามาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดและต้องประสบความล้มเหลวในการดำเนินงาน จนในที่สุดจำเป็นต้องปิดกิจการไปในปัจจุบันด้วยไม่ได้ศึกษาบริบทและวิเคราะห์ตำแหน่ง และขีดความสามารถตามสถานการณ์ของอุตสาหกรรมที่ตนกำลังแข่งขันอยู่ในปัจจุบัน

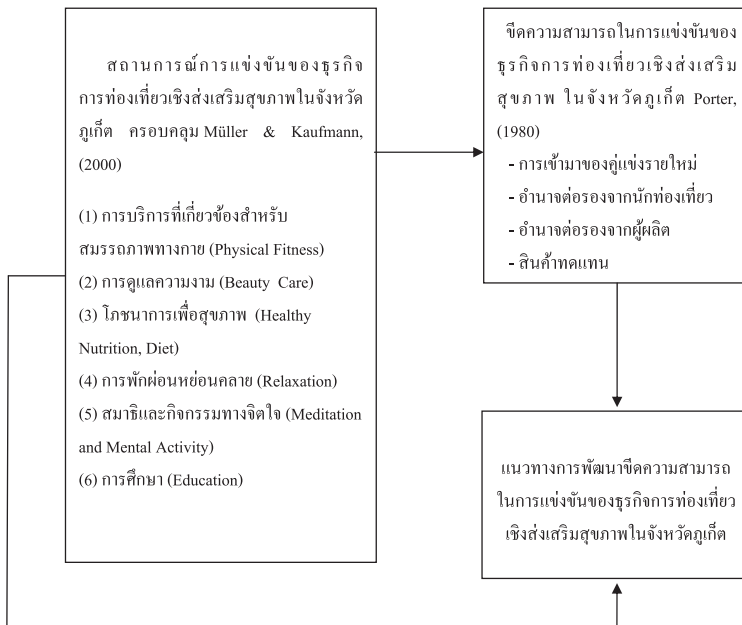
ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญเร่งด่วนในการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน การวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ประเมินสภาพแวดล้อมภายในเพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค Robert, (2011) ทราบถึงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลทำให้ทราบถึงอิทธิพลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงาน เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ (Boonyarataphan, 2010) จากนั้นนำมาวิเคราะห์ระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน Porter, (1980) ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจที่เหมาะสมในปัจจุบัน อีกทั้ง ธุรกิจสามารถนำไปประกอบการวางแผนที่จะส่งผลทำให้เกิดการได้เปรียบทางด้านทุนและช่วยเพิ่มระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน Porter, (1991) หรือการดำเนินการทางการตลาดและพร้อมที่จะเรียนรู้และทำความเข้าใจ กับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี รวมถึงเครื่องมือใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการเรียนรู้ รับฟัง และพัฒนาการทำการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเกิดประสิทธิผลแก่ธุรกิจ สินค้าและตราสินค้าของตนเอง กษิธิศ ใจผาวัง (Chaiphawang, 2015) เพื่อสร้างให้เกิดความสำเร็จแก่ธุรกิจได้อย่างแท้จริง สนับสนุนนโยบายของประเทศที่กำลังผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (S-curve) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สอดคล้องในการทำการตลาดรูปแบบใหม่และสอดคล้องกับแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงในอนาคต สุประภา สมณักพงษ์ (Somnuxpong, 2017) เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้สามารถสร้างสินค้าและบริการที่เพิ่มมูลค่าสูงสุดให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มุ่งสู่การพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจสถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต” ผู้วิจัยศึกษาผ่านมุมมองจากตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ทำการศึกษาด้านการค้น วิเคราะห์สังเคราะห์ มาจากการถูกสร้าง (Constructed) และถูกตีความ (Interpreted) เพื่อการสร้างข้อสรุป แสดงในกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism)

สุขภาพ (Health) ตามความหมายขององค์การอนามัยโลก หมายถึง สภาวะที่มีความสมบูรณ์ และ มีความเป็นพลวัตของร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ มิใช่เพียงแต่ปราศจากโรคเท่านั้น (“A dynamic state of complete physical, mental, social and spiritual well-being, and not merely the absence of disease”) World Health Organization, (1998) สุขภาพ หมายถึง ภาวะของมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต ทางปัญญาและทางสังคม ซึ่งในที่นี้ทางปัญญาหรือทางจิตวิญญาณนั้นเอง National Health Act, (2007) ในอดีตคำว่า สุขภาพ จะหมายถึง สุขภาพกายเป็นหลัก แต่ต่อมาได้รวมสุขภาพจิตเข้าไปด้วย เพราะเห็นว่า คนที่มีสุขภาพกายสมบูรณ์แข็งแรง แต่สุขภาพจิตเสื่อม โทรมหรือเป็น โรคจิตก็ไม่สามารถดำเนินชีวิตเป็นปกติสุขได้

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางมีความสนใจหรือคาดหวังว่า จะได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพควบคู่ไปด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ Medical Tourism และ Wellness Tourism ซึ่งผู้ให้บริการในด้าน Medical Tourism มีความต้องการเสาะแสวงหาการดูแลรักษาพยาบาลหรือมาเพื่อความงามโดยใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์เป็นหลัก ส่วนผู้เดินทางในกลุ่ม Wellness Tourism นั้นส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสุขภาพดียังไม่เป็นโรค จุดประสงค์ในการมาเพื่อต้องการดูแลสุขภาพ ด้วยบริการส่งเสริมสุขภาพป้องกันการเกิดโรค เพื่อเป็นการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ ซึ่งการดูแลนี้เน้นด้วยวิธีการ ที่ไม่ใช่เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยหรือซับซ้อน Department of Tourism, (2013) ประกอบกับกระแส การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มใหม่ที่เกิดขึ้นในระยะไม่กี่ปีที่ผ่านมา

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งในเส้นทางท่องเที่ยวไปพร้อมกับการดูแลสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจ แบ่งเป็นมิติในด้านการรักษาสุขภาพ (Medical) และการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness) คือ มีความหมายรวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยหากกล่าวถึงการศึกษาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต สามารถมองมิติในด้านรักษาสุขภาพ (Medical) ได้จากโรงพยาบาล คลินิก และการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness) จากสปา ศูนย์สุขภาพองค์รวม ฟิตเนส โยคะ เป็นต้น

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) กรอบแนวคิด (กระบวนทัศน์) การมีสุขภาพที่ดี (Wellness Paradigm) ได้ก้าวพ้นกรอบแนวคิดการรักษาไปสู่ การดูแลสุขภาพในเชิงรุก (Proactive Wellness Paradigm) คือ เป็นการป้องกันหรือ เสริมสร้างสุขภาพ เน้นการส่งเสริมสุขภาพแบบบูรณาการ (Integrated Wellness-Oriented Approaches) Global Spa Summit and SRI International, (2010)

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) บริการเกี่ยวข้องครอบคลุม Müller & Kaufmann, (2000) ดังนี้

1. การบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness)
2. การดูแลความงาม (Beauty Care)
3. โภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet)
4. การพักผ่อนหย่อนคลาย (Relaxation)
5. สมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity)
6. การศึกษา (Education)

จากรายงานของ The Global Wellness Tourism Economy, (2013) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว สร้างรายได้ในปี ค.ศ. 2013 สูงเป็น 4 เท่า จากปี ค.ศ. 2010 คือ มีมูลค่าสูงประมาณ 438.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีกำลังซื้อสูง และมีการใช้จ่ายสูงกว่า นักท่องเที่ยวประเภทอื่น โดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 130 และมีแนวโน้มให้ความนิยมมาท่องเที่ยวแถบเอเชียและแปซิฟิกมากขึ้น อีกทั้ง Global Wellness Institute, (2017) รายงานตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในปี ค.ศ. 2015 สำหรับ 20 อันดับตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแรกของโลก พบว่า อันดับสูงสุด คือประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมันนี ฝรั่งเศส ตามลำดับ ส่วนประเทศไทยจัดอยู่ในลำดับที่ 13 ของโลก

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เดินทางไปพร้อมประกอบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ อันจะสามารถสร้างให้เกิดสุขภาพหรือสุขภาพองค์รวมที่ดีในระหว่าง การเดินทางท่องเที่ยวควบคู่กันไป

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์บริบทและสถานการณ์

การวิเคราะห์ตามตัวแบบสว็อท (SWOT Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) องค์กรปัจจุบัน เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมภายในมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค Robert, (2011)

หลังจากวิเคราะห์ SWOT ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้ว จะนำ ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับ โอกาส (SO) จุดแข็งกับอุปสรรค (ST) จุดอ่อนกับโอกาส (WO) และจุดอ่อนกับอุปสรรค (WT) มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม Nigel & William, (1989)

ตารางที่ 1 แสดง TOWS Matrix

TOWS Matrix	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
จุดแข็ง (Strength)	แนวทางเชิงรุก (SO Strategy)	แนวทางเชิงป้องกัน (ST Strategy)
จุดอ่อน (Weakness)	แนวทางเชิงแก้ไข (WO Strategy)	แนวทางเชิงตั้งรับ (WT Strategy)

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์บริบทและสถานการณ์สามารถนำแนวคิดการวิเคราะห์ สถานการณ์ (SWOT Analysis) เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ทราบ จุดอ่อน จุดแข็ง จากสถานการณ์ ภายใน โอกาส อุปสรรค จากสถานการณ์ภายนอก และนำผลมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ในการนำเสนอผลแนวทางการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต อันจะเป็นการสามารถระบุข้อเสนอในการสร้างคุณค่า (Value Creation Proposition) ได้ต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขัน

การวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมและคู่แข่ง (Five Forces Model) ในทฤษฎีนี้ ระบุไว้ว่า มี 5 ปัจจัยสำคัญที่พิจารณาว่า บริษัทในอุตสาหกรรมที่จะเข้าไปลงทุนนั้น มีอุปสรรคในการดำเนินงานมากน้อยเพียงไร จากการแข่งขันในอุตสาหกรรม Porter, (1980) มีปัจจัย คือ (1) การคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ หากธุรกิจไหน ง่ายต่อการเข้ามาของคู่แข่ง รายใหม่จะส่งผลเกิดการแข่งขันกันสูง (2) อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ หาก ซัพพลายเออร์มีอำนาจต่อรองสูงมาก อาจส่งผลให้บริษัทต้องสูญเสียกำไร และขาดความ คล่องแคล่ว ในการดำเนินการต่าง ๆ (3) อำนาจของผู้บริโภค หากธุรกิจไหนที่ลูกค้ามีอำนาจ ในการต่อรองสูง จะส่งผลให้บริษัทอาจมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของผลกำไรและปริมาณ การขาย (4) สินค้าทดแทน หากธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ ของบริษัทใด มีสินค้าหรือบริการ ที่สามารถทดแทนได้ ซึ่งลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้แทน โดยไม่ได้มีต้นทุนเพิ่มเติมที่สูง ก็ จะเกิดความเสียหายในธุรกิจต่อการรักษากำไรให้คงที่ (5) การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมใดก็ตามที่มีการแข่งขันสูงจะมีแนวโน้มที่ได้รับอัตราผลกำไรต่ำ เพราะจะต้องแบ่งงบประมาณจำนวนมากไปใช้ในการแข่งขัน

ดังนั้น ความเข้าใจถึงลักษณะที่สำคัญของการแข่งขันเพื่อการวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนา ชีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ตให้ประสบความสำเร็จ จึงมีความสำคัญที่จะต้องใช้เครื่องมือวิเคราะห์แรงผลักดันทั้ง 5 (Five Force Model) ในการวิเคราะห์

ชีดความสามารถของธุรกิจในปัจจุบัน เพื่อให้ทราบระดับและปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงผลักดัน เพื่อนำมาวิเคราะห์ ออกแบบแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจเพื่อหาแนวทางแก้ไขจุดอ่อนและส่งเสริมจุดแข็งให้ธุรกิจปรับเปลี่ยน ได้ทันตามสถานการณ์ในปัจจุบัน

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต” ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยา (Methodology) เชิงอุปนัย (Inductive) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ดำรวจสถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ตัวแทนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 9 คน คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้ (1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 3 คน คือ ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวสุขภาพจากกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 1 คน ตัวแทนจากสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 คน และตัวแทนจากสมาคมสปาภูเก็ต จำนวน 1 คน (2) ตัวแทนจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทั้งสิ้นจำนวน 6 คน โดยเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวข้องในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมากกว่า 5 ปี จากตัวแทนธุรกิจกลุ่มละ 1 คน คือ ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) การดูแลความงาม (Beauty Care) โภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet) การพักผ่อนหย่อนคลาย (Relaxation) สมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity) และการศึกษา (Education)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) จากตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องในธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 3 ท่าน เก็บรวบรวมข้อมูลจาก การสัมภาษณ์เชิงลึก การบันทึก และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

วัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์ขีดความสามารถของธุรกิจการส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เพื่อการประเมินความสามารถของธุรกิจเป็นตัวแทนจากธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ จำนวนทั้งสิ้น 14 คน จากตัวแทนธุรกิจทั้ง 6 กลุ่ม คือ การบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) การดูแลความงาม (Beauty Care) โภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet) การพักผ่อนหย่อนคลาย (Relaxation) สมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity) และการศึกษา (Education) คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มละ 2 คน ยกเว้นกลุ่มธุรกิจ การพักผ่อนหย่อนคลายที่จะมีตัวแทนจำนวน 4 คน เนื่องจากมีจำนวนของธุรกิจในกลุ่มจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจสปา โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ที่ในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมากกว่า 5 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยนำทฤษฎีแรงผลักดันทั้ง 5 (Five Forces Model) ในการทำธุรกิจมาเป็นแนวคิดเพื่อการออกแบบข้อคำถามในการสร้างเครื่องมือมีขั้นตอนการสร้างแบบประเมินและทดสอบคุณภาพของเครื่องมือใน 2 ขั้นตอน คือ (1) พิจารณาทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และ (2) ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) จากตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องมากกว่า 10 ปี จำนวน 3 ท่าน เก็บรวบรวมข้อมูลจากการประเมิน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต

ผู้วิจัยนำผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ที่ 1 และวัตถุประสงค์ที่ 2 มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ผ่านตัวแบบ SWOT เมื่อทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคแล้ว นำความสัมพัทธ์มาสังเคราะห์ผ่านตัวแบบ TOWS Matrix ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส (SO) จุดแข็งกับอุปสรรค (ST) จุดอ่อนกับโอกาส (WO) และจุดอ่อน กับอุปสรรค (WT) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมผ่านการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) การประชาคมและถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เป็นตัวแทนของธุรกิจการส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน จากตัวแทนกลุ่มละ 1 คน คือ ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพ ทางกาย (Physical Fitness) การดูแลความงาม

(Beauty Care) โภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet) การพักผ่อนหย่อนคลาย (Relaxation) สมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity) และ การศึกษา (Education)

ผู้เข้าร่วมการประชุมนั้นเป็นตัวแทนจากธุรกิจการส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบบันทึก ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประชุม กลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) การประชุม และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การพัฒนาเครื่องมือของงานวิจัยด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ด้านวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยใช้ในการสังเกตร่วมกับการสัมภาษณ์ การประเมิน การประชุมกลุ่มย่อย และการประชุม

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อสำรวจสถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 9 คน คือ (1) ตัวแทนจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทั้งสิ้น จำนวน 6 คน และ (2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น จำนวน 3 คน มีรายละเอียด ดังนี้

1. ตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) สถานการณ์การแข่งขันและตลาด ในปัจจุบันมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจมีโอกาสเติบโตจากกระแสความนิยมดูแลสุขภาพและด้วยชื่อเสียงของมวยไทยในแบรนด์สากลที่สามารถสร้างชื่อเสียงในเวทีมวยโลกได้หลายครั้ง และปัจจุบันมวยไทยซึ่งเป็นกีฬาประจำชาติไทย ยังได้รับความสนใจในระดับโลกเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายหลักในการมารับบริการ คือ การดูแลสุขภาพ การเรียนรู้ศิลปะการป้องกันตัว การออกกำลังกายและเพื่อการมีรูปร่างที่ดี ปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่สนใจมาใช้บริการมาจาก 39 ประเทศ จุดมุ่งหมายหลักในการมาใช้บริการ คือ เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ การออกกำลังกายและต้องการมีรูปร่างที่ดี และการเรียนรู้ศิลปะการป้องกันตัว กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ มีสัดส่วนเป็นเพศชายประมาณร้อยละ 70 และเพศหญิงร้อยละ 30 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศอเมริกาและออสเตรเลีย อย่างไรก็ตาม ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา จำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ก็มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บริการที่ได้รับความนิยมเป็นแพ็คเกจ (Package) ที่มีระยะเวลา การใช้บริการเฉลี่ยประมาณ 1 เดือน สิ่งที่น่าสนใจของพฤติกรรมการใช้บริการในกลุ่มธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย คือ จะไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยวมาเกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาใช้บริการตลอดทั้งปี

ธุรกิจการดูแลความงาม (Beauty Care) ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตมีแนวโน้มขยายตัวดี โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้า เพศหญิงที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและความงามมากขึ้น ทั้งการให้บริการดูแลสุขภาพด้วยพฤษาบำบัดและการแพทย์ผสมผสาน การชะลอวัย ซึ่งเป็นการดูแลทั้งภายในและภายนอก ด้านผิวหนังและความงาม นักท่องเที่ยวสามารถรับคำปรึกษาสุขภาพกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญก่อนเข้ารับบริการ พร้อมเครื่องมือบริการที่ทันสมัย อีกทั้ง มีบริการที่พักที่มาใช้บริการ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีสัดส่วนเป็นชาวต่างประเทศร้อยละ 80 โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศยุโรปและเอเชีย

ธุรกิจโภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet) ผู้ให้บริการมีความมุ่งหวังการนำอาหารมาสร้างสมดุลให้ร่างกายและช่วยลดความเสี่ยงจากการเป็นโรคต่างๆ ส่งผลให้การลงทุนในธุรกิจต้องแข่งขันกันเพื่อ การสร้างสรรค์บริการและผลิตภัณฑ์ที่เสนอเป็นนวัตกรรมรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการ มีสุขภาพที่ดี เช่น การชะลอวัย การควบคุมน้ำหนัก โดยตัวแทนจากธุรกิจให้ข้อมูลว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในการส่งเสริมสุขภาพและการป้องกัน โดยเฉพาะการเกิดโรคมะเร็ง พฤติกรรมการใช้บริการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกวันออกกลางที่ต้องการมาดูแลสุขภาพเพื่อป้องกันหรือผู้ที่ป่วยเป็น โรคมะเร็งจะนิยมเดินทางมาใช้บริการ มีสัดส่วนจำนวนสูงสุด และรองลงมาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ทั้งนี้ ในอนาคตธุรกิจกำลังวางแผนดำเนินการตลาดเชิงรุกในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูง ธุรกิจโภชนาการเพื่อสุขภาพโดยส่วนใหญ่จะมีบริการส่งเสริมสุขภาพอื่น ๆ สนับสนุนเพิ่มเติม ทั้งทางกายและจิตใจ เช่น โปรแกรมดีที่ออกซ์หลากหลายประเภท การให้บริการที่พักท่ามกลางธรรมชาติ สปา นวดบำบัดแบบธรรมชาติ โยคะ เป็นต้น

ธุรกิจการพักผ่อนหย่อนคลาย (Relaxation) มีธุรกิจบริการสปาเป็นสินค้าและบริการหลักในกลุ่มนี้ และส่วนใหญ่เป็นการให้บริการในรีสอร์ทท่ามกลางความสวยงามของธรรมชาติ ตัวแทนจากธุรกิจกล่าวว่า ปัจจุบันสถานการณ์บริการในกลุ่มธุรกิจการพักผ่อนหย่อนคลาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ใน โรงแรม (In-House Guest) และกลุ่มผู้ที่มาใช้บริการมาจากโรงแรมใกล้เคียง โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและนักท่องเที่ยวชาวจีน การบริการเน้นนำเสนอการบริการแบบไทย โดยมีกิจกรรมที่ให้บริการ

ทั้งบริการหลักและบริการเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น การฝังเข็ม การนวด การกดจุด การบำบัดอายุเวทหรือการแพทย์แผนไทยและบริการอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดภูเก็ตและประเทศไทยจำนวนมาก ด้วยชื่อเสียงของการบริการของไทย พนักงานผู้ให้บริการมีฝีมือ และความชำนาญ จึงส่งผลให้ในปัจจุบันยังคงมีนักลงทุนเข้ามาดำเนินธุรกิจสปาเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

ธุรกิจทางสมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity) สถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจสมาธิและกิจกรรมทางจิตใจในจังหวัดภูเก็ต ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้น ทั้งจากกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่และรายเก่า โดยเป็นเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปและชาวเอเชีย โดยเฉพาะจีนและสิงคโปร์ ตัวแทนจากธุรกิจกล่าวว่า บริการการสอนโยคะมีทั้งแบบกลุ่มและรายบุคคล มุ่งเน้นให้โยคะเป็นการสร้างความสมดุลของร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ผ่านการบริการของไทย

ธุรกิจการศึกษา (Education) แนวโน้มธุรกิจมีการปรับตัว มีแนวทางการพัฒนาโดยการนำแพทย์แผนไทยมาประยุกต์ใช้ มุ่งเน้นการนำแพทย์แผนไทยเข้ามาให้บริการนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและจีน บริการมีความโดดเด่นเรื่องการชะลอวัย (Anti-Aging) ที่จะนำมาผสมผสานกับแพทย์แผนไทย ลักษณะธุรกิจให้บริการการจัดการเรียนการสอนในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ อาทิ ชั้นเรียนการนวด การแกะสลักผักและผลไม้ เรียนโยคะ การออกกำลังกายในน้ำ เรียนมวยไทย เป็นต้น ทั้งนี้ ยังมีบริการอื่น ๆ ทั่วไปให้บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ เช่น สปา การนวดฝ่าเท้า การนวดน้ำมัน การนวดประคบ อบสมุนไพร การนวดเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ ความงามหลังคลอด การนวดบำบัดการปวดเมื่อย ห้องพัก และบริการเกี่ยวกับการสักยันต์ เป็นต้น

2. ตัวแทนจากสมาคมสปาภูเก็ต

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต มีสินค้าหลักซึ่งเป็นจุดแข็งและ มีความโดดเด่น คือ บริการสปา โดยนักท่องเที่ยวประเภททัวร์จากเอเชียเกือบทั้งหมดจะมีการทำชิตีทัวร์ที่จะรวมรายการสปาและการซื้อสินค้า โดยนักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่จะมีความชื่นชอบบริการสปาไทย ส่วนตลาดอื่น ๆ ก็จะมีรูปแบบการจัดรายการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเลือกรายการสปาเป็นทางเลือก (Option) อยู่ในทุกรายการ แนวโน้มกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดชะลอวัย (Anti-Aging) มีแนวโน้มความต้องการที่สูงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นโอกาสที่ดีเนื่องจากกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ เป็นการเพิ่มระยะเวลาการพักและค่าใช้จ่าย ที่จะเกิดขึ้นระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

3. ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ

ธุรกิจสปาตามนิยามกฎหมายล่าสุดของประเทศไทย คือ พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 ทำให้เกิดเป็นจุดแข็งที่จะทำให้อุตสาหกรรมสปาเข้าสู่ธุรกิจส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมอย่างเป็นทางการ ดังคำกล่าวจากผู้ที่สัมภาษณ์ท่านหนึ่งที่ว่า “ประเทศไทยมีกฎหมายเกี่ยวกับสปาเริ่มเป็นประเทศแรกในระดับโลก ที่รัฐบาลให้ความสำคัญและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก สปาตามนิยามกฎหมายของประเทศไทยในปัจจุบัน แสดงความเป็นองค์รวมอยู่แล้ว” ธุรกิจสปาในปัจจุบันหากสนใจจะเพิ่มมูลค่าจะทำให้ได้ไม่ยากเหมือนในอดีตมีหลายภาคส่วนเข้ามาให้การสนับสนุน สามารถพัฒนาธุรกิจเน้นการสร้างจุดขาย สร้างความแตกต่างจากเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทย เช่น การนำแพทย์แผนไทยและภูมิปัญญาไทยมาผสมผสานเพื่อสร้างจุดขายให้มีลักษณะบริการที่มีความโดดเด่น

สรุปผลการศึกษาได้ว่า จากแนวโน้มและความนิยมของกระแสการดูแลสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้น การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมทั้งทางร่างกายและจิตใจ ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพยังคงสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้ง การประกาศบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องล่าสุดของประเทศไทย คือ พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 ทำให้เกิดเป็นโอกาสที่จะทำให้อุตสาหกรรมสปาเข้าสู่ธุรกิจส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมอย่างเป็นทางการ

ความมีชื่อเสียงของภูเก็ตในการเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยวระดับโลก จึงส่งเสริมให้มียอดการลงทุนเข้ามาเลือกลงทุนหรือขยายธุรกิจในจังหวัดภูเก็ตอย่างต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อ พฤติกรรมการใช้บริการไม่เกี่ยวข้องกับฤดูกาลท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาเฉลี่ยการใช้บริการนานกว่านักท่องเที่ยวรูปแบบอื่นและนิยมมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มจำนวนเพิ่มสูงขึ้น พฤติกรรม แนวคิดการจัดตั้งธุรกิจส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน ในการส่งเสริมสุขภาพ จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมบริการด้านสุขภาพเป็นระบบ มุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการ รายการให้บริการที่มีความหลากหลาย ทั้งบริการหลักและบริการเสริมเพื่อการบริการที่ส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม รายการให้บริการที่นำเสนอมีความเหมาะสมกับความแตกต่างของนักท่องเที่ยวในแต่ละคนที่ต่างกัน (Made-Tailor) ปรับเปลี่ยน ยืดหยุ่นได้เพื่อความเหมาะสมโดยการดูแลของผู้เชี่ยวชาญเพื่อสุขภาพที่ดีสูงสุดในการบริการ มีการสร้างเอกลักษณ์บริการด้วยการนำเสนอศิลปะประจำชาติที่ได้ช่วยสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักไปในระดับโลก อาทิ กลุ่มธุรกิจบริการ

ที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) นำเอกลักษณ์ของมวยไทยที่มีการพัฒนารูปแบบบริการให้เป็นสากล นำมาบูรณาการการให้บริการร่วมกับโภชนาการเพื่อการลดน้ำหนักและส่งเสริมสุขภาพในระยะยาว ทำให้ธุรกิจมีจุดขายที่แตกต่างได้อย่างชัดเจน เป็นต้น ส่วนเป็นภาพสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตที่แสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นในบริการที่มีความโดดเด่นและสร้างชื่อเสียง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

การดำเนินการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยศึกษาจากการประเมินความสามารถของธุรกิจจากแบบประเมินแรงผลักดันทั้ง 5 (Five Forces Model) เป็นการวิเคราะห์ขีดความสามารถของธุรกิจในอุตสาหกรรมของศาสตราจารย์ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) จากแรงผลักดันทั้งห้าที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อธุรกิจคือ (1) การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ (2) อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (3) อำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว (4) สินค้าทดแทน และ (5) การแข่งขันในอุตสาหกรรม จากตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 14 แห่ง ผลการศึกษาระดับความสามารถของธุรกิจได้ ดังนี้

1. ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตที่มีความสามารถของธุรกิจอยู่ในระดับสูง คือ ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) ธุรกิจโภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet)

2. ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตที่มีความสามารถของธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ธุรกิจการดูแลความงาม (Beauty Care) ธุรกิจการพักผ่อนหย่อนคลาย (Relaxation) ธุรกิจสมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity) และธุรกิจการศึกษา (Education)

หากมองในมิติในแต่ละแรงผลักดัน พบว่า การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ อำนาจต่อรองของผู้ผลิต และอำนาจต่อรองของนักท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่ออยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นธุรกิจยังมีความสามารถสูงในการเป็นผู้ต่อรองได้มากกว่าผู้ผลิตและนักท่องเที่ยว การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่อื่น ๆ ที่เข้ามาก็ยังไม่มีส่งผลในการลดความสามารถของธุรกิจได้ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม พบว่า ภาพรวมสินค้าทดแทนและการแข่งขันในอุตสาหกรรมส่งผลกระทบต่อในการสร้างความสามารถของธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง

ดังนั้น ผลการศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต แสดงให้เห็นว่า ภาพรวมธุรกิจในปัจจุบันมีความสามารถที่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนประเด็นจากผลการสัมภาษณ์ในวัตถุประสงค์

ที่ 1 ที่พบว่า การมีความพร้อมของการบริการ เจ้าของและบุคลากรที่มีความรู้ การมีเงินทุน ทั้งที่เป็นทุนในประเทศและต่างประเทศสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจอย่างครบวงจร ความพร้อมในการจะยกระดับความสามารถมีค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) และธุรกิจโภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet) ที่มีเงินทุน แปรนดัดสินค้า ความหลากหลายของบริการที่มุ่งเน้นเฉพาะทางอย่างชัดเจน และธุรกิจการดูแลความงาม (Beauty Care) ธุรกิจการพักผ่อนหย่อนคลาย (Relaxation) ธุรกิจสมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity) และ (6) ธุรกิจการศึกษา (Education) ก็กำลังพัฒนาการบริการต่างๆ เพื่อสร้างความสามารถของตนตามผลการศึกษาที่สนับสนุนในวัตถุประสงค์ที่ 1 ทั้งเป็นแผนระยะสั้นและระยะยาว อาทิ การพัฒนาช่องทางทางการตลาด การพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญแบบบูรณาการเพื่อการบริการแบบองค์รวม เป็นต้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ผลการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จากวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจของธุรกิจในการประชุมกลุ่มย่อย สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (S)

- | | |
|--|--------------------------------|
| S1. แนวคิดการจัดตั้งธุรกิจมีจุดเด่นที่ชัดเจน | S2. มุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการ |
| S3. รายการปรับตามความเหมาะสมเฉพาะบุคคล | S4. การนำเสนอวัฒนธรรมประจำชาติ |
| S5. บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน | S6. บริการมีความหลากหลายเพื่อ |
| S7. สภาพแวดล้อม บรรยากาศของสถานที่ | ส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม |
| S8. บุคลากรมีความสามารถสื่อสารภาษาในระดับดี | |

จุดอ่อน (W)

- W1. การขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในอุตสาหกรรม
 - W2. ธุรกิจสพายังไม่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน
 - W3. ขาดการดำเนินการด้านการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมายได้ด้วยตนเอง
- โอกาส (O)

- O1. กระแสการดูแลสุขภาพ
- O2. พฤติกรรมการใช้บริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล
- O3. ระยะเวลาเฉลี่ยมาใช้บริการประมาณ 1 เดือน
- O4. กลุ่มเฉพาะที่มีความตั้งใจจะจองมาใช้บริการ

- O5. นักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มจำนวนเพิ่มสูงขึ้น
 - O6. กลุ่มของนักท่องเที่ยวมาใช้บริการซ้ำต่อเนื่อง
 - O7. แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของกลุ่มนักท่องเที่ยวชะลอตัว
 - O8. ความมีชื่อเสียงของภูเก็ต
 - O9. ทวีร์เอเชียนิยมรวมรายการบริการสปาในการท่องเที่ยว
 - O10. การบังคับใช้พรบ.สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559
- อุปสรรค (T)

- T1. ด้านนโยบาย การวางแผนทางส่งเสริมด้านการอำนวยความสะดวกในเรื่องเส้นทางและการคมนาคมจากภาครัฐ
- T2. อุปสรรคของภาพลักษณ์จังหวัดภูเก็ตในปัจจุบันเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure Destination)

หลังจากผ่านการวิเคราะห์บริบทและสถานการณ์ด้วยแนวคิดการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) จนทำให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค จึงได้นำผลมาวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นลำดับ ต่อมาในการประชุมกลุ่มย่อย สรุปผลได้ดังนี้

แนวทางเชิงรุก (SO)

- SO1. การพัฒนาความสามารถด้านภาษาให้กับบุคลากรเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะภาษาจีน (S8+O5)
- SO2. การพัฒนาการบริการอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้พืชผักท้องถิ่นเพิ่มขึ้น (S6+ O1, O7)
- SO3. การพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจสปาให้เพิ่มความสามารถเป็นเมดิคอสปา (S4, S6+ O1, O7, O9, O10)
- SO4. การออกแบบรายการส่งเสริมการขายสำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้ซ้ำ (S6+O6)
- SO5. การศึกษาพฤติกรรม ความต้องการในบริการของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาการสื่อสารทางการตลาด (S2, S3+O4, O6)

แนวทางเชิงป้องกัน (ST)

- ST1. การพัฒนาตลาดเพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพชาวไทย (S1-S8+T2)
- ST2. การพัฒนารายการเฉพาะหรือเชื่อมโยงรายการร่วมกับบริการส่งเสริมสุขภาพอื่น ๆ เพื่อนำเสนอแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหย่อนใจ (S3, S6+T2)

แนวทางเชิงแก้ไข (WO)

- WO1. การพัฒนาบริการให้มีการผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น (W2+O1)
- WO2. การพัฒนาการสร้างเครือข่ายร่วมกับภาครัฐและเอกชนในการสร้างการส่งเสริมการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชีย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน (W3+O1, O5, O9)

แนวทางเชิงตั้งรับ (WT)

WT1. การพัฒนาความร่วมมือ สร้างเครือข่ายกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ (W1+T2)

ในท้ายที่สุด หลังได้ผลการศึกษาจากตัวแบบ TOWS Matrix ผู้วิจัยสรุปและวิเคราะห์สังเคราะห์ผ่านการประชุมกลุ่มย่อยและการประชุม สามารถสรุปผลการศึกษาได้แนวทางการพัฒนาแบบ I-MVS เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ดังนี้

I - Integrated

M - Marketing

V - Value Creation Proposition

S - Service Design

แนวทางการพัฒนาด้านการบูรณาการ (Integrated) เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเป็นการพัฒนาซึ่งเป็นผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ สังเคราะห์ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องของแนวทางย่อย 2 ประเด็นหลัก คือ แนวทางการพัฒนาด้านการบูรณาการ (Integrated) เพื่อการสร้างเครือข่ายร่วมกับภาครัฐและเอกชนในการสร้างการส่งเสริมการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชีย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน (W3+O1, O5, O9) และการพัฒนาความร่วมมือ สร้างเครือข่ายกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ (W1+T2)

แนวทางการพัฒนาด้านการตลาด (Marketing) เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (SO5, ST1, ST2) สรุปประเด็นหลักเพื่อการพัฒนาหากกลุ่มตลาดใหม่เพิ่มเติม (New Target Segments) จากการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนา 3 ประเด็นหลักคือ การพัฒนาตลาดเพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพชาวไทย (S1-S8+T2) การพัฒนารายการเฉพาะหรือเชื่อมโยงรายการร่วมกับบริการส่งเสริมสุขภาพอื่น ๆ เพื่อนำเสนอแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหย่อนใจ (S3, S6+T2) และการศึกษาพฤติกรรม ความต้องการในบริการของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาการสื่อสารทางการตลาด (S62, S3+O4, O6)

แนวทางการพัฒนาด้านข้อเสนอในการสร้างคุณค่า (Value Creation Proposition) เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เป็นการพัฒนาซึ่งเป็นผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ สังเคราะห์ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องของแนวทางย่อย 2 ประเด็นหลัก คือ การพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจสปา

ให้เพิ่มความสามารถเป็นเมคคอลลสป่า (S4, S6+O1, O7, O9, O10) และการพัฒนาบริการ ให้มีการผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น (W2+O1)

แนวทางการพัฒนาด้านการออกแบบบริการ (Service Design) เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เป็นการพัฒนาซึ่งเป็นผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ สังเคราะห์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องของแนวทางย่อยจาก 3 ประเด็น คือ การพัฒนาความสามารถด้านภาษาให้กับบุคลากรเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะภาษาจีน (S8+O1) การออกแบบรายการส่งเสริมการขายสำหรับนักท่องเที่ยว ที่ใช้ซ้ำ (S6+O6) และการพัฒนาบริการให้มีการผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น (W2+O1)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต มีรายละเอียดดังนี้

การพัฒนาบริการให้มีการผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมมีการผสมผสานวัฒนธรรมไทยในการให้บริการ ในทุกธุรกิจ เช่น บริการอย่างไทย สมุนไพรไทย มวยไทย เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม การออกแบบสร้างสรรค์เพื่อ การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะของความเป็น ภูเก็ตยังคงขาดการพัฒนา สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สปา)” พบว่าแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจาก 4 กลุ่ม ดังนี้ (1) กลุ่มผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนเสนอว่า ด้านกายภาพว่าควรเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยแต่มีมาตรฐานระดับสากล ด้านการตลาดควรพัฒนาการตลาดเชิงรุกและเจาะกลุ่มเป้าหมาย มีศูนย์บริการ One Stop Service เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเข้าถึงข้อมูล ได้ ด้านบุคลากร ควรได้รับการอบรมและผ่านการสอบที่ได้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข (2) กลุ่มบริษัท นำเที่ยวเสนอว่า ควรดำเนินการสอดคล้องกับวิถีคนในท้องถิ่น มีการนำภูมิปัญญามาใช้ ในสปา (3) กลุ่มผู้ประกอบการ เสนอว่า คุณภาพมาตรฐานด้านต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญ ควรมีบริการครบวงจร มีการอบรมพนักงานและให้ความรู้สม่ำเสมอและต่อเนื่อง อัตราค่าบริการ ควรเหมาะสม รัฐควรสนับสนุนให้ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจส่งออก ควรมีหน่วยงานสนับสนุน การประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อท้องถิ่นและนานาชาติ (4) นักท่องเที่ยวเสนอว่า ควรมีบริการแบบ

ครบวงจร และมีบริการหลากหลายให้เลือก ควรพัฒนารูปแบบการให้บริการอยู่ตลอดเวลา ปาลีรัตน์ การดี และ ศรีศักดิ์ สุนทรไชย (Karndee & Soontornchai, 2005)

แนวทางการพัฒนาการบริการอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้พืชผักท้องถิ่นเพิ่มชิ้น การพัฒนาบริการให้มีบริการผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการดำเนินการธุรกิจสปาให้เพิ่มความสามารถเป็น เมดิคอลสปาเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ภัยคุกคามการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า เป็นธุรกิจ เดี่ยวสปา ทั้งหมด ระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรมมีความรุนแรงปานกลาง ไปจนถึงค่อนข้างมาก โดยกลยุทธ์ ที่คู่แข่งแต่ละรายใช้เป็นกลยุทธ์หลัก ได้แก่ คุณภาพของการบริการและราคา ภายใต้งบประมาณในปัจจุบันที่มี การแข่งขันสูง ผู้ประกอบการควรพัฒนาจุดเด่นของการบริการให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งในแง่ของคุณภาพ และความหลากหลายของบริการ ตลอดจน การกำหนดราคาที่หลากหลายเหมาะสมกับกำลังซื้อของลูกค้า และควรมีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จันทวีต วันดี (Wandee, 2008)

อีกทั้ง การศึกษาการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม สาขาสปาและบริการสุขภาพที่พบว่า ธุรกิจสปาและบริการสุขภาพของไทย มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง เนื่องจากมีข้อได้เปรียบและจุดแข็งในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นนโยบายรัฐที่สนับสนุน โอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น การสนับสนุนจากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง การมีอุปสงค์ที่มากขึ้นและการสนับสนุนจากปัจจัยการผลิต Office of Small & Medium Enterprises Promotion, (2013) การพัฒนาความสามารถด้านภาษา ให้กับบุคลากร เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะภาษาจีนและการพัฒนาความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการผลิตบุคลากรที่มี ความเชี่ยวชาญเฉพาะ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์ การพัฒนาสปาไทยเพื่อส่งเสริมให้เป็นสถาบันฝึกอบรมสปาในภูมิภาคอาเซียน” พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่อยู่ในความคาดหวังและสภาพความเป็นจริงของสถานประกอบการสปาไทย สถานประกอบการ สปาไทยมีความต้องการ ในอุปสงค์ด้านศักยภาพของบุคลากรมากที่สุด เช่นเดียวกับประเทศสิงคโปร์ ในขณะที่บาห์ลี มีความต้องการในอุปสงค์ด้านศักยภาพของการบริการมากที่สุดและผลการวิเคราะห์สมรรถนะของผู้ให้บริการสปาของไทยตามสภาพความเป็นจริง พบว่า สมรรถนะหลักและสมรรถนะเฉพาะกลุ่มงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ถึงมากที่สุด ในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เกาะสมุย และภูเก็ต และสมรรถนะหลักที่มีอันดับสูงที่สุดในภาพรวมของประเทศไทย คือ ในด้านจิตสำนึกในการบริการ ด้าน

ปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ และสมรรถนะเฉพาะกลุ่มงานด้านการวัด และบริการที่ตีตื้นที่แบบต่าง ๆ ราณี อธิชัยกุล และภาสกร จันทร์พะยอม (Esichaikul & Chanpayom, 2013)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาลำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านการบูรณาการ (Integrated) ควรมีการสร้างเครือข่ายร่วมกับภาครัฐและเอกชนในการสร้างการส่งเสริมการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชีย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน และการพัฒนาความร่วมมือกับภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องในการผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ด้านการตลาด (Marketing) ควรมีการพัฒนา กลุ่มตลาดใหม่เพิ่มเติม (New Target Segments) ผู้ประกอบการตลาดเพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพชาวไทย อีกทั้ง ควรมีการพัฒนารายการที่มีรูปแบบเฉพาะหรือเชื่อมโยงรายการร่วมกับบริการส่งเสริมสุขภาพอื่น ๆ เพื่อนำเสนอแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหย่อนใจ และการศึกษาพฤติกรรมหรือความต้องการบริการของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านข้อเสนอในการสร้างคุณค่า (Value Creation Proposition) ควรสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจสปาผู้บริการยกระดับสู่เมคคิลอสปา และพัฒนาบริการให้มีการผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

ด้านการออกแบบบริการ (Service Design) ควรมีการพัฒนาความสามารถด้านภาษาให้กับบุคลากร โดยเฉพาะภาษาจีน อีกทั้ง การออกแบบรายการส่งเสริมการขายสำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้ซ้ำ และการพัฒนาเพื่อ การยกระดับการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ร่วมกับการให้บริการ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเข้าร่วมพูดคุยกับธุรกิจในเรื่องการวางแผนการจราจรและเส้นทางคมนาคม ที่เกี่ยวข้องเพื่อการอำนวยความสะดวกในพื้นที่ที่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ในกลุ่มที่มีธุรกิจให้บริการสมรรถภาพทางกายในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มธุรกิจดังกล่าว มีความโดดเด่นและสามารถสร้างรายได้จำนวนมากเข้าสู่ประเทศ แต่พบปัญหาเรื่องพื้นที่การจราจรที่คับแคบในปัจจุบัน

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษารายละเอียดเชิงลึกตามกลุ่มธุรกิจแต่ละประเภท คือ ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) ธุรกิจการดูแลความงาม (Beauty Care) ธุรกิจโภชนาการเพื่อสุขภาพ (Healthy Nutrition, Diet) ธุรกิจการพักผ่อนหย่อนคลาย (Relaxation) ธุรกิจสมาธิและกิจกรรมทางจิตใจ (Meditation and Mental Activity) และธุรกิจการศึกษา (Education) เพื่อสามารถนำเสนอ แนวทางเสนอแยกได้ตามกลุ่มธุรกิจ

References

- Boonyarataphan, T. (2010). **SWOT Analysis and TOWS Matrix**. Retrieved December 12, 2015, from <http://www.drmanage.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538632242>. (in Thai).
- Chaiphawang, K. (2015). Digital Marketing: New Market Chanel for the Changed World. **Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University**. 10(1). 123-138. (in Thai).
- Department of Health Service Support. (2015). **Department of health Service Support, the policy-driven Medical Hub seamlessly to the city, Healthcare excellence in health services**. Retrieved December 12, 2015, from https://www.thailandmedicalhub.net:8443/display_news.jsp?id=N00000002198. (in Thai).
- Department of Tourism. (2013). **Health Tourism Management in Hotel / Resort**. Bangkok : Ministry Of Tourism and Sports. (in Thai).
- Esichaikul, R. & Chanpayom, B. (2013). **The Development Strategies to Promote Thai Spa Businesses as Spa Academy for ASEAN**. Bangkok : National Research Council of Thailand. (in Thai).
- Global Spa Summit & SRI International. (2010). **Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities**. Retrieved May 1, 2010, from http://www.sri.com/sites/default/files/publications/gss_sri_spasandwellnessreport_rev_82010.pdf.
- Global Wellness Institute. (2013). **WELLNESS NOW A \$3.72 TRILLION GLOBAL INDUSTRY–WITH 10.6% GROWTH FROM 2013-2015**. Retrieved June 1, 2017, from <https://www.globalwellnessinstitute.org/wellness-now-a-372-trillion-global-industry>.
- Global Wellness Institute. (2017). **Global wellness economy monitor**. Retrieved January 15, 2017, from <https://www.globalwellnessinstitute.org/industry-research>.
- The Global Wellness Tourism Economy. (2013). **THE GLOBAL WELLNESS TOURISM ECONOMY 2013**. Retrieved May 20, 2017, from https://www.itbkongress.de/media/itbk/Archive_2014/ITB_Experts_Forum_Wellness_3/The_Global_Wellness_Tourism_Economy_2013.pdf
- Karndee, P. & Soontornchai, S. (2005). Health Promotion (SPA). **Sukhothai Thammathirat University Journal**. 18(2). 104-108. (in Thai).

- Müller, H. & Kaufmann, E. L. (2000). Wellness Tourism: Market Analysis of a Special Health Tourism Segment and Implication for the Hotel Industry. **Journal of Vacation Marketing**. 7(1). 5-17.
- National Health Act. (2007). **The Government Gazette**. Vol. 124 Part 16 A, p.1. Bangkok : J.S.Printing. (in Thai).
- Nigel P. & William G. (1989). **Making SWOT Analysis Work. Marketing Intelligence & Planning**. **Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science**. 7(5/6). 5-7.
- Office of Small & Medium Enterprises Promotion. (2013). **Strategy and Action Plan for Small and Medium Enterprises**. Retrieved August 11, 2017, from <http://www.sme.go.th/th/images/data/SR/download/2014/07july/2056.pdf>. (in Thai).
- Office of the National Economics & Social Development Board. (2016). **The 12 th National Economic and Social Development Plan (2017-2021)**. Bangkok : The Prime Minister's Office All Rights Reserved. (in Thai).
- Porter, M. E. (1980). **Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors**. New York : Free Press.
- Porter, M. E. (1991). Towards A Dynamic Theory of Strategy. **Strategic Management Journal**. 12. 95-117.
- Robert, J. C. Z. (2011). **Simple Tools and Techniques for Enterprise Risk Management**. 2 nd ed. New York : John Wiley & Sons.
- Somnuxpong, S. (2017). Trends and Tourism marketing 4.0 in Thailand. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. 10(3). 2055-2068. (in Thai).
- Wandee, C. (2008). **Marketing Strategy Analysis of Spa Businesses Entrepreneurs in Mueang Chiang Mai District**. Master of Business Administration, Chiang Mai University. Chiang Mai. (in Thai).
- Wongkit, M., & McKercher, B. (2013). Toward a typology of medical tourists: A case study of Thailand. **Tourism Management**. 38. 4-12.
- World Health Organization. (1998). **Review of the Constitution of the World Health Organization: report of the Executive Board special group**. Meeting on January 22, 1998. Geneva.