วารสารราชพฤกษ์
Rajapark Journal (ISSN: 1905-2243)
ปีที่ 17 ฉบับที่ 50 มกราคม – กุมภาพันธ์ 2566 – TCI กลุ่มที่ 1 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปี 2564–2567

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์: การพัฒนาเมืองรอง จังหวัดระนอง

Creative Health Tourism Development Guidelines: Secondary City Development in Ranong Province

กัญญาพัชร์ พัฒนาโภคินสกุล[1] และ นิมิต ซุ้นสั้น[2]

Kanyapat Pattanapokinsakul[1] and Nimit Soonsan[2]

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University

Email: kanyapat.p@pkru.ac.th

Received May 5, 2022; **Revised** June 5, 2022; **Accepted** August 6, 2022

Abstract

Currently, health tourism is becoming more widely known and is a high–value type of tourism which is being watched especially the guidelines for the development of health tourism in Thailand. The aim of this study is to present a guideline for developing Creative Health Tourism in secondary city development in Ranong Province by reviewing the literature and related research and then conducting an analysis which discusses the development of secondary cities : Ranong Province to be a city of creative health tourism, Factors Affecting Health Tourism Popularity in the Next Normal Era, Secondary City Tourism : Potential and Advantages of Health Tourism in Ranong, Mueang Rae Nong : Creative Health Tourism Branding, Guidelines for the development of tourism as a creative health tourism city, and integrated cooperation between stakeholder. However, Creative health tourism will be an increasingly popular among a tourist which will be able to respond to the development of secondary cities as new destinations to reduce the carrying capacity of tourists. Moreover, it can distribute income to secondary cities and communities that will improve the quality of life of local people. According to the result of this study, it was found that tourists who traveled to Ranong province were opened to a new tourism experience that is not just the old way of travelling. But it is a tourism that can get both health and mental in the form of natural therapy. Furthermore, learning, doing, exchanging knowledge between hosts and tourists. This will be useful

and a new alternative for Thai tourism, communities, government agency and private agency as well.

Keywords: Health Tourism; Creative Activities; Sustainability; Secondary Cities

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเริ่มเป็นที่รู้จักวนวงกว้างมากขึ้นและเป็นประเภทของการท่องเที่ยวที่นับว่ามีมูลค่าสูง ซึ่งกำลังถูกจับตามอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ (Creative Health Tourism) ในการพัฒนาเมืองรอง จังหวัดระนอง โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาทำการวิเคราะห์ ซึ่งจะกล่าวถึงการพัฒนาเมืองรอง: จังหวัดระนอง ให้เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์ ปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความนิยมในยุค Next Normal ท่องเที่ยวเมืองรอง : ศักยภาพและความได้เปรียบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง เมืองแร่นอง: การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์ และความร่วมมือบูรณาการระหว่างหน่วยงาน อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์จะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถตอบสนองต่อการพัฒนาเมืองรองเป็นจุดหมายปลายทางใหม่ได้ เพื่อลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และยังเป็นการกระจายรายได้สู่เมืองรองอันจะเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนองได้รับการเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ที่ไม่ใช่เพียงแค่การท่องเที่ยวแบบเดิม แต่เป็นการท่องเที่ยวที่ได้ทั้งสุขภาพ จิตใจ ในรูปแบบของธรรมชาติบำบัด และได้เรียนรู้ ลงมือทำ แลกเปลี่ยนความรู้กันระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว ซึ่งจะ เป็นประโยชน์และทางเลือกใหม่สำหรับการท่องเที่ยวไทย ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอีกด้วย

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ; กิจกรรมสร้างสรรค์; ความยั่งยืน; เมืองรอง

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย และเนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศอื่นในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์และสวยงาม หรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่บอกเล่าเรื่องราวและอารยธรรมของบรรพชน ที่ผ่านมาประเทศไทยได้เริ่มเล็งเห็นความความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยเริ่มบรรจุเรื่องการท่องเที่ยวลงในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 – 2524) โดยรัฐบาลได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการพัฒนาประเทศและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นเมืองท่องเที่ยว (Teeranon & Sophonjaratsakul, 2016) โดยในปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวของไทยสามารถสร้างรายได้กว่า 2.75 ล้านล้านบาทและมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index) อยู่ในอันดับที่ 34 จาก 136 ประเทศ นอกจากนี้ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (National Innovation Agency (Public Organization), 2019) กล่าวถึงรายงานการจัดอันดับศักยภาพ

ในการแข่งขันด้านธุรกิจท่องเที่ยวของแต่ละประเทศทั่วโลก ฉบับปี 2562 โดย World Economic Forum ประเทศไทย ได้อันดับที่ 31 จากทั้งหมด 140 ประเทศ (เพิ่มสูงขึ้นจากอันดับที่ 34 ในปี 2560) และหากเทียบกันเองในอาเซียนแล้ว ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 3 เป็นรองเพียงประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย" จากข้อมูลดังกล่าวส่งผลให้ในปี พ.ศ. 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย มีจำนวนมากถึง 52 ล้านคน โดยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 คิดเป็นร้อยละ 3.54 รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 เป็นเงินกว่า 1,911,807.95 ล้านบาท ก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชาติและระดับท้องถิ่น (Ministry of Tourism and Sports (MOTS), 2019)

อย่างไรก็ตามสืบเนื่องตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 จนถึงปัจจุบันได้มีการระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั่วโลก ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือ จำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2564 เหลือเพียง 427,869 คน (Ministry of Tourism and Sports (MOTS), 2021) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดดังกล่าวได้นำมาสู่วิถีการท่องเที่ยวยุคใหม่ (New Normal และ Next Normal) สิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสังเกตได้ชัด คือการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและกลุ่มของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกลายเป็นฟันเฟืองหลักที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ พร้อมทั้งสร้างการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ทำให้ทุกภาคส่วนต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เข้ากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้น พร้อมทั้งมีการกำหนดมาตรการและนโยบายต่าง ๆ เช่น Phuket Sandbox เราเที่ยวด้วยกัน ส่งผลให้รัฐบาลได้มีการสนับสนุนแคมเปญการท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อขยายโอกาสและเปิดประสบการณ์ใหม่ให้กับการท่องเที่ยวไทย ซึ่งจังหวัดระนองเป็นหนึ่งในจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพและน่าสนใจทั้งจุดเด่นทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ แต่อย่างไรก็ตาม จังหวัดระนองก็ยังขาดการประชาสัมพันธ์จุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เพียงพอทั้งในระดับชาติและนานาชาติ จึงทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก และยังขาดการพัฒนาด้านการเข้าถึง ซึ่งการพัฒนาทางด้านการประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมเปิดโอกาสการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวที่กว้างขวางมากขึ้น และการพัฒนาการเข้าถึงที่หลากลายจะสร้างความสะดวกสบายดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน (Kholue et al., 2021) นอกจากนี้ การสร้างภาพลักษณ์ (Image) และตราสินค้า (Brand) ให้แหล่งท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนองเป็นตัวเลือกลำดับต้นๆของนักท่องเที่ยวก็ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนมากยังคงมองจังหวัดระนองเป็นเมืองรองในการท่องเที่ยวเพื่อเดินทางผ่านไปยังจังหวัดหรือประเทศใกล้เคียงมากกว่า ทั้งนี้ จะเป็นการสร้างความพร้อมให้แก่จังหวัดระนองโดยการพัฒนาขีดความสามารถการรองรับนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นรวมถึงการสร้างร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ การเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์(Creative Health Tourism) ในการพัฒนาเมืองรอง จังหวัดระนอง ก็ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยในการฟื้นฟูและกระตุ้นเศรษฐกิจไทยให้ขับเคลื่อนอย่างมีแบบแผนที่ดีต่อไปได้

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นมีขอบเขตกว้างขวางครอบคลุมตั้งแต่การเดินทางเข้ามาใช้บริการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ไปจนถึงการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการแพทย์ (Medical Tourism) โดยนักท่องเที่ยวจะมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพิ่มเติมเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริม

สุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาลและอื่น ๆ ซึ่งจะเน้นการมีจิตสำนึกต่อการส่งเสริม การรักษาสุขภาพ รักษาสิ่งแวดล้อม ไปพร้อมกับการปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุลภายหลังจากการท่องเที่ยว (Tangjaisatapat, 2017; Rattanapaijit, Keiwrod & Nuang-uthai, 2018; Chanatup, Raksayot & Phudphuek, 2021) ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมและเติบโตเป็นอย่างมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เนื่องจากปัจจุบันทั่วโลกได้ก้าวสู่ยุค Next Normal (Global Wellness Institute (GWI), 2017; Phoyen, 2019) ด้วยเหตุนี้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิม คือ การรักษาระยะห่างส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่พลุกพล่าน ธรรมชาติ เดินทางได้ใกล้ๆ และยังต้องการทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวที่สร้างสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับการท่องเที่ยวอีกด้วย ดังนั้น การนำเอากิจกรรมสร้างสรรค์ด้านสุขภาพเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวก็ย่อมเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ที่น่าสนใจ สนุกสนาน ที่สอดแทรกความรู้ร่วมลงมือทำ ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดระนองได้อีกด้วย

ปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความนิยมในยุค Next Normal

ในปัจจุบันประเทศต่างๆ ทั่วโลกยังต้องมีการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางประชากรที่มีการเข้าสู่สังคมสูงวัยมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ทั่วโลกหันมาให้ความสนใจด้านสุขภาพควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ หรือที่เรียกกันว่า “เศรษฐกิจเชิงสุขภาพ” (Wellness Economy) ปัจจุบันรายได้หลักของประเทศไทยส่วนหนึ่งมาจากการท่องเที่ยว โดยรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมาก คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) โดยในตลาดโลกอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมูลค่าประมาณ 1,604 พันล้านบาท ซึ่งประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณ 285 พันล้านบาท สูงเป็นอันดับที่ 13 ของโลก สำหรับในประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมูลค่าสูงเป็นอันดับที่ 4 รองจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Global Wellness Institute (GWI), 2017) การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นมาควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกในหลายปัจจัยด้วยกัน ซึ่งประการแรกเกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านประชากร ซึ่งพบว่าปัจจุบันสังคมโลกกำลังเผชิญกับสถานการณ์สูงวัยของประชากรที่มีแนวโน้มของจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นสำหรับประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุมากเป็นอันดับสองของอาเซียนรองจากประเทศสิงคโปร์ และในปี พ.ศ.2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) (Phoyen, 2019) ทำให้การท่องเที่ยวในปัจจุบันต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่สามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้ดี อีกปัจจัยสำคัญ คือ การแพร่ระบาดของโรคภัยต่างๆ จากงานวิจัยของ Pornthavorn and Lankham (2018) พบว่าจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวของโลกรวมถึงประเทศไทยในปี 2020 ลดลงมากกว่าช่วงปกติมากกว่าร้อยละ 70 ซึ่งคาดการณ์ว่าในอนาคตแม้การระบาดของไวรัส COVID-19 จะมีควบคุมและการแก้ไขปัญหาที่ดีขึ้นโดยการปรับเป็นโรคประจำถิ่น แต่สถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคตนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทั้งด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและด้านมาตรฐานและมาตรการของสถานประกอบการที่ต้องมีเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของการเปลี่ยนไปสู่ยุค Next Normal หรือวิถีชีวิตถัดไป หรือวิถีชีวิตปกติรูปแบบใหม่ Phunboonmee (2020) กล่าวว่า “การใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ของประชาชนทุกเพศทุกวัย หลังจากที่ได้ปรับตัวกับสถานการณ์โควิด 19 เพื่อความอยู่รอด จนเกิด

ความคุ้นชิน ทั้งวิธีคิด วิธีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร และวิธีปฏิบัติ ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป" ส่งผลให้ประเทศไทย ได้มีการกำหนดมาตรการการป้องกันโดยการกำหนดมาตรฐาน Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) ขึ้น เพื่อควบคุมและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดี พร้อมมีมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นแนวทางเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทยใหม่ให้มีคุณภาพระดับสากล มาตรฐานดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดไม่เพียงแค่สร้างความมั่นใจแต่ยังเป็นก ลยุทธ ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจความปลอดภัยและสุขภาพระหว่างการท่องเที่ยวได้อีกด้วย (Tourism Authority of Thailand , 2020b)

ยิ่งไปกว่านั้น ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้มีการศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนทั่วโลกที่เปลี่ยนไปหลังสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการตลาดที่สำคัญในอนาคต จะมีการเปิดรับเทคโนโลยีและบริการดิจิทัลใหม่ๆ รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถตอบโจทย์เรื่องความสะดวกสบาย โดยมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัยและผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เทรนด์การใช้ชีวิตแบบ Next Normal เช่น Stay at home Economy, Touchless society และ Regenerative Organic โดยเป็นรูปแบบการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ของคนในสังคมที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ COVID-19 ได้แล้ว ดังนั้นการก้าวผ่านจาก "New Normal" ไปสู่ "Next Normal" จะเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลที่ประชาชนทุกเพศทุกวัยและทุกภาคส่วนต้องเรียนรู้และนำมาประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิต และการดำเนินธุรกิจ (Digital Transformation) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการ

แผนภาพที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในยุค Next Normal

ที่มา: ดัดแปลงจาก Pornthavorn & Lankham (2018), Phunboonmee, (2020), Tourism Authority of Thailand (2020a), and Phoyen, (2019)

ท่องเที่ยวเมืองรอง : ศักยภาพและความได้เปรียบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง

จากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุค New Normal และ Next Normal มีพฤติกรรมที่ใส่ใจสุขภาพ สุขอนามัย รวมทั้งมีการปฏิบัติตามมาตรการเฝ้าระวังการติดเชื้อไวรัส COVID-19 มากขึ้น มีความต้องการเข้าถึงธรรมชาติและการท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ๆ หลีกหนีความแออัด ส่งผลให้สถานการณ์การท่องเที่ยวของเมืองรองดีขึ้นตามลำดับ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 พร้อมกับมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรองให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA) มากขึ้นด้วย (Tourism Authority of Thailand, 2020b) โดยข้อมูลจากสำนักงบประมาณของรัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (Parliamentary Budget Office (PBO), Thailand, 2021) พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2560–2563 รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นเกิดการกระจุกตัวในกลุ่มจังหวัดใหญ่ที่มีชื่อเสียง เช่น จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ชลบุรี และกระบี่ เป็นต้น โดยในช่วงปี พ.ศ. 2560–2562 สัดส่วนรายได้

จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง อยู่ที่ 90 ต่อ 10 เพิ่มขึ้นเป็น 84 ต่อ 16 ในปี พ.ศ. 2563 (Parliamentary Budget Office (PBO), Thailand, 2021) ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่รายได้จากการท่องเที่ยวเท่านั้นที่กระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลัก แต่ยังรวมไปถึงงบประมาณจากภาครัฐที่จัดสรรลงพื้นที่เมืองหลักด้วย ด้วยเหตุนี้ทางรัฐบาลจึงมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรอง และมีการแบ่งงบประมาณให้แก่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว แต่ยังไม่ถูกนำมาใช้และให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อช่วยลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดใหญ่ให้มีการกระจายมายังจังหวัดเล็กบ้าง อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชนให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้นรัฐบาลยังมีการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ โดยบูรณาการส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักสู่เมืองรอง เพื่อสร้างความหลากหลายในทางการท่องเที่ยวและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองมากขึ้น

จังหวัดระนอง เป็นอีกหนึ่งจังหวัดเมืองรองในภาคใต้ ที่มีศักยภาพสูงและในด้านการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดระนองมีสภาพภูมิประเทศทั้งที่เป็นชายฝั่งทะเล แนวป่าไม้ และภูเขา ทำให้จังหวัดระนอง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิเช่น บ่อน้ำแร่ น้ำตก เกาะ ชายหาด ภูเขาหญ้า นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายที่สามารถจะส่งเสริมให้เป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจุดเด่น คือ บ่อน้ำพุร้อน ซึ่งมีการศึกษาพบว่า บ่อน้ำร้อนบริเวณสวนสาธารณะ “รักษะวาริน” ที่เป็นตำนานแหล่งบ่อน้ำแร่ร้อนที่เกิดเองตามธรรมชาติ (Ranong Provincial Office, 2016) อีกทั้งในปัจจุบันน้ำพุร้อนได้ถูกนำไปใช้ในการผลิตน้ำดื่มส่งออกจำหน่ายไปทั่วประเทศ เนื่องด้วยแร่ธาตุที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกายอันประกอบไปด้วย แคลเซียม เหล็ก แมกนีเซียม ฟลูออไรด์ โซเดียม คลอไรด์ ไบคาร์บอเนต ซัลเฟต ไนเตรต และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ได้การรับรองคุณภาพ พร้อมกันนั้นน้ำพุร้อนยังได้ถูกนำไปใช้ในธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้วย โดยปกติแล้วน้ำพุร้อนธรรมชาติของจังหวัดระนองจะมีอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 42 องศาเซลเซียส ซึ่งหากแช่นานประมาณ 5–10 นาที จะทำให้โลหิตในร่างกายหมุนเวียนได้ดีและทำความสะอาดผิวหนังให้ปราศจากโรค อีกทั้งยังทำให้ผิวพรรณสดใส และยิ่งไปกว่านั้นความร้อนของน้ำแร่จะช่วยให้เหงื่อขับสิ่งอุดตันใต้ผิวหนังออกมาด้วย และเป็นที่เชื่อกันว่าผู้ที่ได้ดื่มและอาบน้ำแร่ร้อนเป็นประจำจะทำให้สุขภาพแข็งแรงละช่วยชะลอวัยลง (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2008) ในส่วนการบริหารจัดการของโรงพยาบาลและหน่วยงานรัฐ ได้มีการส่งเสริมโรงพยาบาลระนองให้มีการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมสุขภาพธารน้ำแร่ ซึ่งเป็นการบริการทางด้านส่งเสริมสุขภาพครบวงจร โดยอยู่ภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดจากแพทย์และพยาบาลของโรงพยาบาล และมีการจัดโปรแกรมรักษาสุขภาพมากมาย ได้แก่ การแช่น้ำแร่ในอ่างน้ำ เรียก

ว่าธาราบำบัด การอบสมุนไพร การนวดแผนไทย นวดตัว นวดฝ่าเท้า ศูนย์ออกกำลังกาย (ฟิตเนส) รวมทั้งโปรแกรมอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับน้ำแร่ การบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพตามโปรแกรมรักษาด้วยแพทย์ทางเลือกแบบดุลยภาพบำบัด เช่น ผู้ป่วยกลุ่มอัมพฤกษ์ อัมพาต กล้ามเนื้อ อ่อนแรง ปวดกล้ามเนื้อ เบาหวาน ความดันโลหิตสูง อัลไซเมอร์ และไมเกรน เป็นต้น ดังนั้น ด้วยศักยภาพด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวสุขภาพและการมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่ยังคงบริสุทธิ์อุดมสมบูรณ์ ทำให้จังหวัดระนองเริ่มเป็นที่รู้จักในฐานะเมืองรองต้องห้ามพลาดเมืองหนึ่งที่ต้องจับตามอง

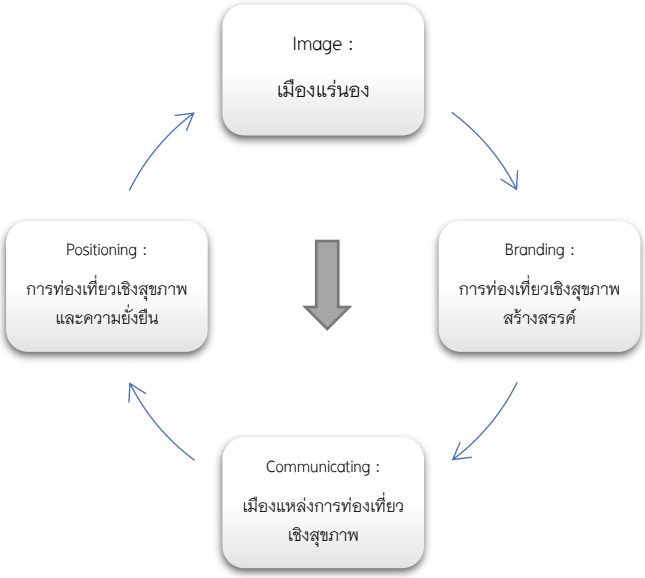
การนำทฤษฎี 12 A มาประเมินศักยภาพของจังหวัดระนองแสดงให้เห็นว่าจะงหวัดระนองมีความพร้อมอย่างยิ่งในการพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต จากข้อมูล Ranong Provincial office (2021) พบว่าแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ของจังหวัดระนองนั้นมีความหลากหลายและมีจุดเด่นคือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ บ่อน้ำพุร้อนพรรั้งและบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน ด้านสถานที่พักแรม (Accommodation) จังหวัดระนอง มีที่พักพร้อมบริการให้กับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมขนาดเล็กรีสอร์ท ส่วนโรงแรมขนาดใหญ่จะตั้งอยู่ที่เกาะพยาม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สำหรับการเดินทางเข้าถึงจังหวัดระนอง เส้นทางคมนาคมทางรถยนต์เข้าสู่จังหวัดนั้นค่อนข้างลำบาก เนื่องจากเป็นเส้นทางคดเคี้ยวไปตามไหล่เขา ส่วนการเดินทางโดยเครื่องบินนั้นค่อนข้างสะดวกสบายกว่า ซึ่งจังหวัดระนองมีท่าอากาศยานในประเทศตั้งอยู่ในตัวจังหวัด กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) จังหวัดระนองมีกิจกรรมสร้างสรรค์และอีเว้นท์มากมายหมุนเวียนตลอดทั้งปี ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าศึกษาเรียนรู้ เช่น อาบน้ำแร่ แลระนอง แข่งเรือประเพณีกระบุรี อาบน้ำเพ็ญ@ระนอง เทศกาลผลไม้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง เทศกาลอาหารทะเลปลอดภัย เป็นต้น การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillaries) เช่น การมีบ่อแช่น้ำร้อนที่แบ่งเป็นสัดส่วนแยกสำหรับบ่อแช่เท้าและบ่อสำหรับแช่ตัว มีพื้นที่สาธารณะและธาราบำบัด อีกทั้งทางโรงพยาบาลระนองยังมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใช้บริการ การอำนวยความสะดวกสาธารณูปโภค (Amenities) ในพื้นที่จังหวัดระนองมีไฟฟ้า มีน้ำประปาใช้ในการอุปโภคบริโภคและมีถนนเข้าชุมชนอย่างทั่วถึง แต่อาจมีถนนลักษณะลูกรังบ้างในบางพื้นที่ รวมทั้งมีสัญญาณโทรศัพท์เข้าถึงในพื้นที่ส่วนใหญ่ ด้านบรรยากาศ (Atmosphere) จังหวัดระนอ งมีพื้นที่ทั้งที่เป็นภูเขา หุบเขา เนินเขา เกาะ และทะเล ส่วนด้านศักยภาพความพร้อม (Availability) จังหวัดมีการจัดรายการนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย ด้านความเป็นกันเอง (Amiability) ชาวบ้านมีทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีพร้อมจะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว แต่อาจจะยังขาดทักษะความรู้เฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับทางภาครัฐ (Authority) จังหวัดระนอง มีแผนพัฒนาจังหวัดที่มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนยุทธศาสตร์ระดับภาค และแผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดฝั่งทะเลอันดามัน ด้านพันธมิตร (Alliances) มีส่วนร่วมกันของทางประชาชน นักท่องเที่ยว นักลงทุนเอกชน ภาครัฐ และ NGOs (Non-Governmental Organizations) ในการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ การร่วมมือกัน (Aggregations) ในจังหวัดมีการร่วมมือกันของทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชนในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมอาชีพและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังนั้นจากศักยภาพโอกาส และความได้เปรียบดังที่กล่าวมาข้างต้นได้แสดงให้เห็นว่าจังหวัดระนองเป็นอีกหนึ่งจังหวัดในกลุ่มจังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่จะสามารถพัฒนาต่อยอดขึ้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชั้นนำระดับประเทศที่มีมาตรฐานระดับนานาชาติได้ ทั้งในด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) (Kholue et al., 2021)

เมืองแร่นอง : การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5

จากศักยภาพของจังหวัดระนองสามารถนำมาเชื่อมโยงกับการสร้างแบรนด์สนับสนุนภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์เพื่อสร้างภาพจำและทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธาราบำบัด โดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างร่างกายและจิตใจให้เป็นหนึ่งเดียว ผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 กล่าวคือ ประการแรกคือ รูป การมองเห็นบรรยากาศสวยงาม สะอาด ท่ามกลางวิวทิวทัศน์และธรรมชาติ สองคือ รส การดื่มและการรับประทานอาหารสุขภาพปลอดสารพิษ สามคือ กลิ่น การได้กลิ่นดิน ทะเล ดอกไม้ ธรรมชาติ หรือที่เรียกว่า สุคนธบำบัด สี่คือ เสียง การได้ยินเสียงนก ใบไม้ ต้นไม้พลิวไหว หรือที่เรียกว่า ดนตรีบำบัด และสุดท้ายคือ สัมผัส การนวดและแช่บ่อน้ำพุร้อนเพื่อผ่อนคลาย ผสมผสานระหว่างจิตใจ วิญญาณและร่างกาย (Ranong Provincial Office, 2016)

อย่างไรก็ตาม นอกจากจะสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้กับจังหวัดระนองแล้วนั้น การสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวนั้นก็เป็นอีกสิ่งที่สำคัญ ซึ่งจะถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีพัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งแนวคิดนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงวัฒนธรรมได้มากยิ่งขึ้น โดยการร่วมปฏิบัติเรียนรู้จากการลงมือทำร่วมกับเจ้าบ้านหรือผู้รู้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อีกทั้งยังเป็นการนำไปสู่การใช้ทักษะเชิงท้องถิ่นในการกระตุ้นการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางต่างๆด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้ไม่ใช่เป็นเพียงการสร้างรายได้ให้กับชุมชน แต่ยังสามารถก่อให้เกิดการติดต่อที่มีความหมายมากขึ้นระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว อีกทั้งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความจดจำและประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Wisutthilak et al., 2013; Yoopetch et al., 2012) ยิ่งไปกว่านั้น Dhamabutra (2016) ได้กล่าวว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบ “ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้าง สรรค์” จะเป็นรูปแบบของการพัฒนาชุมชนเชิงสร้างสรรค์ไปพร้อมกัน (Creative Community Development) เนื่องจาก CBTM จะเป็นปัจจัยกระตุ้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ (Local Creative Industry Development) อันจะนำมาสู่การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ก่อให้เกิดการเพิ่มพูนรายได้จากการท่องเที่ยวตามหลักของ Multiplier Effects ด้วย” จะเห็นได้ว่าจังหวัดระนองมีทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ที่มีค่ามากมายและหลากหลาย พร้อมที่จะสร้างสรรค์ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในลงมือปฏิบัติและเรียนรู้จากชาวบ้าน เช่น การเพนท์ผ้าบาติก การทำสบู่สมุนไพร การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้าน การลงมือคั่วกาหยู (เม็ดมะม่วงหิมพานต์) การวาดภาพบนเซรามิกแร่ดินขาวชั้นดี การทดลองทำอาหารและลิ้มรสอาหารพื้นเมืองระนอง เช่น ยาวเย การปลูกต้นโกงกาง การแช่บ่อน้ำพุร้อนบำบัด และผ่อนคลาย และการเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์สปาจากวัตถุดิบสมุนไพรในท้องถิ่นภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น ดังนั้น การสร้างตราสินค้า “Branding” ของจังหวัดระนองให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ไว้วางใจในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงการสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อช่วยสร้างเสริมประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ในรูปแบบ Live Branding ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์จากอายตนะทั้ง 6 เพื่อสร้างภาพจำแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองแร่นอง ว่า “เที่ยวจังหวัดระนองครบจบที่เดียวได้ทั้งประสบการณ์ท่องเที่ยวและรีทรีท (retreat) สุขภาพร่างกายจากภายในสู่ภายนอกอย่างแท้จริง” อันได้แก่ หนึ่งคือ ตา (เห็น) กิจกรรมธรรมชาติบำบัด ศึกษาป่าชายเลนหงาว ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นพื้นที่สงวนชีวมณฑลประเภทป่าชายเลนแห่งแรกของโลก “พื้นที่สงวนชีวมณฑล ระนอง พ.ศ. 2540” สองและสามคือ หู (เสียง) และจมูก (กลิ่น) กิจกรรมธรรมชาติบำบัด ณ เกาะพยาม เพชรน้ำงามของจังหวัดระนอง ที่ได้ชื่อว่า “มัลดีฟส์เมืองไทย” กับการสูดกลิ่นไอทะเล

ฟังเสียงคลื่น หลีกหนีความวุ่นวาย สี่คือ ลิ้น (รส) กิจกรรมทำอาหารสุขภาพ D.I.Y ที่มีการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบอาหาร อาทิเช่น คุกกี้ผักเหลียง ไส้กรอกเค็ม สลัดผักปลอดสารพิษ เป็นต้น ห้าคือ กาย (สัมผัส) กิจกรรมแช่บ่อน้ำพุร้อน ธาราบำบัด นวดเพื่อสุขภาพ ผ่อนคลายความเมื่อยล้าและบำบัดโรค และกิจกรรมทำลูกประคบสมุนไพรเพื่อสุขภาพ โลชั่นน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น น้ำหอมแห้ง เป็นต้น และ หกคือ จิตใจ (อารมณ์) กิจกรรมสักการะไหว้เทพเจ้า (โปเซ่งต่ายเต่) แห่งสุขภาพ ทำจิตใจให้สงบ ณ ศาลเจ้าต่ายเต๊เอี๋ย ที่มีอายุกว่า 100 ปี และมีความเลื่องชื่อในเรื่องการขอพรด้านสุขภาพและการรักษาโรค (Buttree, 2018)



แผนภาพที่ 2 การพัฒนาภาพลักษณ์ สู่การเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ที่มา ดัดแปลงจาก Ranong Provincial office (2021)

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองแร่นองเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์

การเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดระนองยังพบอุปสรรคในเรื่องของการเข้าถึงและสภาวะอากาศ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนองส่วนใหญ่เน้นกิจกรรมแช่บ่อน้ำร้อน แต่เนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองร้อน ดังนั้นการแช่น้ำพุร้อนจึงไม่ค่อยได้รับความนิยมเท่าที่ควรในบุคคลทั่วไป แต่จะเป็นที่นิยมในนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ดังนั้นโครงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดด้านการท่องเที่ยว โครงการพัฒนาสนามบินเป็นสนามบินนานาชาติ โครงการพัฒนาศักยภาพทักษะบุคลากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โครงการปลูกพืชสมุนไพร โครงการเพิ่มศักยภาพและมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยว โครงการยกระดับมาตรฐานการบริการ โครงการพัฒนาสินค้าเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน โครงการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ได้ขณะท่องเที่ยว ร่วมกับการให้ความสำคัญกับระบบการจัดการด้านความสะอาด ด้านความปลอดภัย SHA และ SHA+ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดกฎระเบียบ และปรับภูมิทัศน์ให้สวยงามจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ทำกิจกรรมแช่บ่อน้ำพุร้อนได้มากขึ้นแน่นอน ด้วยศักยภาพความพร้อมและ

ทรัพยากรของจังหวัดระนองนั้น จึงไม่ยากที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงระดับประเทศได้ในอนาคต (Ranong Provincial office, 2021)

อย่างไรก็ดี สำหรับแผนยุทธศาสตร์จังหวัดระนอง ปี 2561–2565 นั้น จังหวัดระนอง ได้มุ่งเน้นในการพัฒนาและผลักดันจังหวัดระนองให้เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) แบบยั่งยืน การเกษตรมูลค่าสูงแบบครบวงจร ยกระดับคุณภาพชีวิตและเชื่อมโยงการค้ากับกลุ่มประเทศ BIMSTEC (Bay of Bengal Initiative for Multi–Sectoral Technical and Economic Cooperation) และอาเซียน ประเด็นที่ 1 เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบยั่งยืน และแผนพัฒนาจังหวัดระนอง (พ.ศ. 2566–2570) จะเป็นแผนที่นำพาจังหวัดระนองสู่เป้าหมายของการพัฒนาเป็น “ระนองเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การเกษตรมูลค่าสูง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต” มีความสอดคล้องชัดเจนที่จะแสดงถึงเป้าหมายระยะยาวที่ต้องการสร้างจุดยืนทางการท่องเที่ยว (Brand Positioning) ให้กับจังหวัดระนองให้เป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Ranong Provincial office, 2021) นอกจากนี้ Theeravechpolkul and Chetthamrongchai (2018) พบว่า จังหวัดระนอง ได้มีข้อมูลการส่งเสริมสุขภาพ ประกอบด้วย การส่งเสริมสุขภาพแบบทางเลือกและแบบภูมิปัญญาไทย แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แบบที่มนุษย์สร้างขึ้น และแบบผสมผสาน โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพประกอบด้วย โปรแกรมเต็มรูปแบบและแบบบูรณาการ และกลยุทธ์การตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิเช่น กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถ กลยุทธ์การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ กลยุทธ์การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการขนส่ง กลยุทธ์การพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์บอกต่อเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งทุกกลยุทธ์นั้นแสดงถึงความพร้อมในการที่จะส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนองให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์ได้

แต่ทว่าหากย้อนมองในมุมของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันจะพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความรู้และความสนใจในเรื่องน้ำแร่เป็นอย่างดี มีกำลังซื้อสูงและมีการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง จากสถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวในปี 2564 ของจังหวัดระนอง พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 165,480 คน ซึ่งมีจำนวนลดลงจากปี 2563 คิดเป็นร้อยละ 56.26 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 440 คน จำนวนลดลงจากปี 2563 คิดเป็นร้อยละ 70.38 โดยรวมในปี 2564 การท่องเที่ยวจังหวัดระนองทำรายได้ทั้งสิ้น 413 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ในอนาคตการท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง มีแนวโน้มฟื้นตัวเนื่องจากภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว อีกทั้งเทรนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วง Post COVID–19 (Ministry of Tourism and Sports (MOTS), 2022) นอกจากนี้ Kholue et al. (2021) การพัฒนากิจกรรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวสุขภาพเพื่อการส่งเสริมสุขภาพนักท่องเที่ยวนั้น เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาเมืองรองอย่างจังหวัดระนอง ให้น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดรับกับความต้องการของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยการนำหลักการสร้างกิจกรรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์จากคุณค่า 6 มิติ มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์กิจกรรม ได้แก่ มิติด้านร่างกาย (Physical) มิติด้านสังคม (Social) มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) มิติด้านอารมณ์ (Emotional) มิติด้านจิตวิญญาณ (Spiritual) และ มิติด้านจิตใจ (Mental) อาทิเช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวอาบน้ำแร่ ฝึกสมาธิเกษตรธรรมชาติปลอดสารพิษหรือเกษตรอินทรีย์ และการท่องเที่ยวแพทย์แผนไทย เป็นต้น (Global Wellness Institute, 2015) ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานการบริการระดับสากล การพัฒนาทักษะบุคลากรในพื้นที่ การพัฒนา

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควบคู่กับภาพลักษณ์ด้านสุขภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การพัฒนาการเข้าถึง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวยั่งยืนที่มุ่งเน้นสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ จะสามารถส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์จังหวัดระนองเป็นจุดหมายปลายทางเมืองรองเมืองหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกได้ในอนาคต ตามวิสัยทัศน์ของจังหวัดระนองที่ว่า “ เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับชั้นนำในภูมิภาคเอเชีย”

การมีส่วนร่วม : ความร่วมมือบูรณาการระหว่างหน่วยงาน

เครือข่ายทุกภาคส่วนของจังหวัดระนองได้มีการร่วมมือกันกำหนดวิสัยทัศน์ ที่ต้องการพัฒนา “ระนองให้เป็นผู้นำเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดับหนึ่งในระดับประเทศ” พร้อมทั้งมีโครงการสนับสนุนเครือข่ายในภาคส่วนต่าง ๆ ตามลำดับ ความสำคัญ อีกทั้งร่วมสะท้อนปัญหาของเครือข่าย เสนอความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการกำกับติดตามประเมินผล และการวางแผนและตัดสินใจ ยิ่งไปกว่านั้น ยังมุ่งเน้นในการพัฒนาทักษะบุคคลกรให้มีความรู้ความสามารถ มีการออกกฎระเบียบในการรับรองกำกับดูแลแบบองค์รวม เตรียมพร้อมยกระดับการพัฒนาคุณภาพให้เป็นมาตรฐานสากล และให้ความรู้แก่สถานประกอบการ มีการกำหนดและบังคับใช้มาตรฐานความสะอาดและปลอดภัยตามมาตรฐาน SHA และ SHA+ เพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชั้นนำของประเทศไทยภายใต้รากฐานของความยั่งยืน (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2008) จากงานวิจัยของ Pechchawee (2020) พบว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนองอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าจังหวัดระนองควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการ Destination Management Organization (DMOs) จังหวัดจากความร่วมมือของทุกภาคส่วนร่วมมือกันเพื่อเกิดการบูรณาการในการพัฒนาส่งเสริมจังหวัดระนองให้เป็นเมืองรองด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์ให้เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริงได้ พร้อมกับสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและจังหวัดระนอง

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

ภาครัฐ	ภาคเอกชน	NGO	ประชาชน	นักท่องเที่ยว
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขาจังหวัดระนอง	ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเล	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง	ชาวบ้าน	นักท่องเที่ยวชาวไทย
การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดระนอง	ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร	หอการค้าจังหวัดระนอง	หัวหน้า/ผู้นำชุมชน	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
สำนักงานจังหวัดระนอง	ผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึก	ชมรมมัคคุเทศก์ระนอง		
สถานศึกษาในจังหวัดระนอง	ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว			
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดระนอง	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง			
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระนอง	ชมรมโรงแรมและที่พักจังหวัดระนอง			
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระนอง				
สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดระนอง				
ที่ทำการปกครองจังหวัดระนอง				
สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดระนอง				
องค์การบริหารส่วนตำบล				
ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬา และนันทนาการ จ.ระนอง				
โรงพยาบาลระนอง				
เทศบาลเมืองระนอง				

บทสรุป

จังหวัดระนอง เป็นจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพสูงที่จะพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ที่มีวิสัยทัศน์สอดรับกับนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาระดับภาคใต้ และแผนพัฒนากลุ่มชายฝั่งอันดามัน ที่จะพัฒนาเป็นจุดหมายปลายท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับประเทศ ภายใต้แนวคิดความยั่งยืนและสร้างสรรค์ จึงนำมาสู่การผลักดันจังหวัดระนองให้เป็นแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างสรรค์ (Creative Health Tourism) ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เนื่องจากมีทรัพยากรธรรรมชาติที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น บ่อน้ำพุร้อน ทะเล อุทยานแห่งชาติ ป่าชายเลน เป็นต้น อีกทั้ง จังหวัดระนองยังมีกิจกรรมสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ใหม่และความรู้จากการลงมือเรียนรู้ในระหว่างการท่องเที่ยวได้ เช่น กิจกรรมทำคุกกี้ใบเหลียง กิจกรรมทำสบู่สมุนไพร D.I.Y กิจกรรมปลูกต้นโกงกาง กิจกรรมทำอาหารจากผักปลอดสารพิษ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) และเป็นรูปแบบเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ โดยปัจจุบันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและส่งผลให้แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เช่น สถานการณ์โรคระบาดต่าง ๆ การที่ประชากรโลกก้าวสู่สังคมสูงวัย ภาวะมลพิษ สุขอนามัยความสะอาด ความปลอดภัย เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล และความ

ปรารภนาของมนุษย์ที่ต้องการมีอายุยืนยาวขึ้น ล้วนแล้วแต่เป็นสาเหตุที่สัมพันธ์กับสุขภาพทั้งสิ้น นอกจากนี้ จังหวัดระนองยังมีระบบการทำงานแบบบูรณาการจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน NGO นักท่องเที่ยว และประชาชนในการร่วมกำหนดเป้าหมายและให้ความร่วมมืออย่างเข้มแข็งในการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้จังหวัดระนองมีความได้เปรียบทั้งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และการร่วมมือบูรณาการจากภาคส่วนต่างๆ ซึ่งจะเป็นจุดแข็งของจังหวัดระนองที่จะช่วยส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางหลักสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ในอนาคต

References

Buttree, P. (2018, January 7). *The Most Unseen Healthy Trip to Ranong Soak in Mineral Water, Eat, Travel, Enjoy, Pay Homage to the Gods for Health*. Manager Online. https://today.line.me/th/v2/article/MMRYe3

Chanatup, S., Raksayot, N., & Phudphuek, N. (2021). Health Tourism Management: A Case Study of Thasathon Hot Spring Sub–district, Phunphin District, Surat Thani Province. *Journal of Management Sciences, 8*(1), 63–64.

Dhamabutra, P. (2016). *Documents for Teaching and Learning Environmental Management for Tourism.* College of Management, University of Phayao.

Global Wellness Institute (GWI). (2015). *The Global Wellness Tourism Economy Report 2013 & 2014.* GWI. https://globalwellnessinstitute.org/industry–research/global–wellness–tourism–economy–2013–2014/

Global Wellness Institute (GWI). (2017). *Global Wellness Economy Monitor 2017*. GWI. https://globalwellnessinstitute.org/industry–research/global–wellness–economy–monitor–2017/

Kholue, R., Wongmonta, S., Na Thalang, C., & Chairatana, P. (2021). Model of Potential Promotion of Natural Tourism in Ranong Province. *Journal of the Association of Researchers*, 26(1), 56–69. https://so04.tci–thaijo.org/index.php/jar/article/view/247679/169711

Ministry of Tourism and Sports (MOTS). (2019). *Tourism Statistics 2019.* MOTS. https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=615

Ministry of Tourism and Sports (MOTS). (2021). *Tourism Statistics 2021*. MOTS. https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=632

Ministry of Tourism and Sports (MOTS). (2022). *Tourism Statistics 2021*. MOTS. https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=630

National Innovation Agency (Public Organization). (2019). *Tourism Competitiveness Index 2019 by WEF.* http://reports.weforum.org/travel–and–tourism–competitiveness–report–2019/

Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2008). *Report on the study of the network of enterprises Health Tourism, Ranong Province.* https://www.sme.go.th/upload/mod_download/25.Tours–Ranong.pdf

Parliamentary Budget Office (PBO), Thailand. (2021). *Proposal Guidelines for Promoting Tourism in Secondary Cities to Distribute Income from Tourism.* PBO. https://www.parliament.go.th /ewtadmin/ewt/parbudget/ewt_dl_link.php?nid=989

Pechchawee, N. (2020). The Participation in The Development of Health Tourism of Ranong Municipality Community. In *The 12th NPRU National Academic Conference Nakhon Pathom Rajabhat University,* (pp.2306–2313). Nakhon Pathom, Thailand. https://publication.npru.ac.th/bitstream/123456789/1094/1/%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E 0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%87.pdf

Phoyen, K. (2019). Aging Society: Opportunities for the Future Sustainable Business. *Journal of Management Science Review*, *1*(1), 201–209. https://so03.tci–thaijo.org/index.php /msaru/article/view/248389/167224

Phunboonmee, S. (2020). *Digital Transformation form New Normal to Next Normal.* Digital Economy Promotion Agency (DEPA). https://www.depa.or.th/th/article–view/digital– transformation–new–normal–next–normal

Pornthavorn, T., & Lankham, P. (2018). *Catching the trend of Wellness…the way to build immunity.* Sustainable Thai Tourism. Bank of Thailand. https://www.bot.or.th/Thai /MonetaryPolicy/RegionalEconomy/DocLib14/RL_Wellness_Building%20an%20immunity% 20for%20sustainable%20Thai%20tourism.pdf

Ranong Provincial Office. (2016). *History of Ranong.* https://www.ranongcities.com/index. php?cmd=political&cate=0&id=19

Ranong Provincial Office. (2021). *Ranong Province Improvement Plan (2023–2027).* http://www.ranong.go.th/ranong_plan/ranong%20plan%202566–2570.pdf

Rattanapaijit, N., Keiwrod, R., & Nuang–uthai, T. (2018). Factors Affecting their Health Tourism Behavior in Nakhon Si Thammarat Province. *Ph.D. in Social Sciences Journal, 9*(3), 692–704.

Tangjaisatapat, P. (2017, December 7). *Academic article: Health Tourism.* National News Bureau of Thailand. https://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/WNRPT6012070010002

Teeranon, S., & Sophonjaratsakul, P. (2016). Creative Tourism: choice– Survival of Tourism in Thailand. *Academic Journal, University of Pathum Thani, 8*(2), 206–215.

Theeravechpolkul, C., & Chetthamrongchai, P. (2018). Marketing Strategy to Promote Wellness Tourism in Mueang District, Ranong Province. *Rajapark Journal, 12*(27), 85–100.

Tourism Authority of Thailand. (2020a). *Forecasting Trends in Tourism Situations.* Tourism Market Research Center (TAT Review). https://www.tatreviewmagazine.com/article/

Tourism Authority of Thailand. (2020b). *The Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA).* https://www.thailandsha.com/about_us

Wisutthilak, S. et al. (2013). *Creative Tourism.* Special Area Development Administration for Sustainable Tourism (Public Organization).

Yotkaew, P. (2021). Digital Marketing and Lifestyle Changes in Thai Society. *Journal of Multidisciplinary Academic Research and Development (JMARD), 3*(1), 11–22. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/JMARD/article/view/250125

Yoopetch, C. et al. (2012). Chapter 9: Tourism Resource Development and Promotion for Sustainability. In the book of *Sustainable Tourism Resources Management in Thailand* (2nd ed.), (pp.1–39). Sukhothai Thammathirat Open University.