

ชื่อวิทยานิพนธ์ การพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดตราด ประเทศไทย
ผู้วิจัย นางสาวสุรรัตน์ โพธิ์ศรี รหัสนักศึกษา 2573004500 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณ ศิลปอาษา (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษกร เจือดี
ปีการศึกษา 2559

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเพื่อสุขภาพ 2) เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 3) ศึกษาสภาพการดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 4) เสนอแนะกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดตราด

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ 1) นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และ 2) ผู้ประกอบการเพื่อสุขภาพ 6 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านบริการเพื่อสุขภาพของรัฐ 2 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่สะอาด เหตุผลการใช้บริการเพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อย นวดหลังไหล่และศีรษะเป็นส่วนใหญ่ เคยใช้บริการมาก่อน เดินทางมาคนเดียว ใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง ใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง รู้ข่าวจากคนรู้จัก นิยมใช้เคย์สปา ตกแต่งแบบธรรมชาติ ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมือง 2) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังในทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 3) ธุรกิจเพื่อสุขภาพ เปิดบริการเป็นจำนวนมากและมีการแข่งขันสูง ขาดแคลนนักบำบัดและหมอนวด การส่งเสริมการตลาดมีน้อย ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบังคับใช้กฎหมายใหม่ 4) ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้ สร้างตราสินค้าให้โดดเด่นและจดจำง่าย ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ตั้งราคาให้มีหลายราคา เพิ่มการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตและใช้พนักงานแนะนำโดยตรง ออกแบบกระบวนการชัดเจนและตกแต่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยและดูแลความสะอาดอยู่เสมอ ส่งเสริมพนักงานให้มีจิตสำนึกในการบริการ จัดการฝึกอบรม และสร้างขวัญกำลังใจ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กลยุทธ์การตลาดบริการ

Thesis title: Strategy Development of Health Tourism Promotion in Trat Province, Thailand

Researcher: Miss Sureerat Phosri; **ID:** 2573004500;

Degree: Master of Business Administration;

Thesis advisors: (1) Dr.Wanna Silparcha, Assistant Professor;

(2) Dr.Kunchon Jeotee Assistant Professor; **Academic year:** 2016

Abstract

The purposes of this study were 1) to study the behavior of health tourists; 2) to compare tourists' expectation and satisfaction on service marketing mix; 3) to explore the situation, problem and drawback of health tourism; and 4) to recommend the strategies for health tourism promotion in Trat province.

This study was quantitative and qualitative research. The samples were 1) 400 tourists used Spa and health massage in Trat province which were random by systematic sampling method. A questionnaire was used for data collection and was analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation and t-Test; and 2) 6 health entrepreneurs including 2 health service professionals from government sector were in-depth interviewed and data was analyzed by SWOT analysis.

The results showed that 1) most tourists selected clean health establishments for reduce muscle ache focusing on back, shoulder and head massage. Most of them have massage experience and travel alone. They received the information by word of mouth. They liked to use day spa and used 1-2 times per month and spent less than 500 Baht each time. They preferred the places with natural style decoration near downtown. 2) Tourists had satisfaction more than expectation for all service marketing mix factors. 3) There were many health establishments with very high competitive situation led to the shortage of therapists and massagers. Moreover, the marketing promotion was limited including the lack of cooperation among involved government departments to enforce the new law. 4) The recommendations for health tourism promotion strategies in Trat province were to create a remarkable brand which easy to remember; to use e-commerce to approach target groups; to set up various price levels; to increase advertisement on internet and also use frontline staffs; to design a noticeable process and decorate the places harmonized with Thai culture and always kept them clean; to encourage the awareness of staff's service mind; and to provide training and morale.

Keywords: Health tourism, Health establishment, Service marketing strategy