

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมากอีกทั้งเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญมีการสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคเพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆและเกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพยั่งยืนสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปีและก่อให้เกิดรายได้จำนวนมาก และมีนักท่องเที่ยวจาก จีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยสูงสุด 3 อันดับแรกของปี ทำให้แนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยมีการปรับตัวดีขึ้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนกรกฎาคม 2557 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 1.91 ล้านคน ทั้งนี้สาเหตุที่สนับสนุนการฟื้นตัวดังกล่าว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาพักในประเทศไทยเป็นประจำอยู่แล้ว (Repeater) การเปิดให้บริการของการสายการบินต้นทุนต่ำเข้ามาในประเทศไทย และตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก(ที่มา:สำนักข้อมูลธุรกิจกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ประจำเดือนเดือนตุลาคม 2557)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือ Health tourism ที่กำลังเป็นที่นิยมทั่วโลกเวลานี้ มี 2 รูปแบบได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และการบริการด้านสุขภาพ รูปแบบแรกเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมหรือตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อีกรูปแบบหนึ่งที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมากคือการบริการด้านสุขภาพเพื่อป้องกัน บำบัดและฟื้นฟู รวมทั้งการเสริมความงาม ซึ่งประกอบด้วยบริการด้านการแพทย์ตามโรงพยาบาล และสถานพยาบาลต่างๆ อาทิ การตรวจสุขภาพ การทำเลสิก ทันตกรรม ศัลยกรรมความงามและการรักษาโรคเฉพาะทาง และอีกทางเลือกคือการบริการแพทย์ทางเลือกตามโรงพยาบาล สถานพยาบาล และสถานบริการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแพทย์แผนไทย นวดแผนไทย และสปา ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเป็นตลาดทัวร์ที่มีการใช้จ่ายเฉลี่ยสูงกว่าตลาดท่องเที่ยวรูปแบบอื่น และยังมีแนวโน้มเติบโตเร็วตามกระแสการดูแลสุขภาพใส่ใจสุขภาพของคนในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยเป็นส่วนหนึ่งของการนำภูมิปัญญาตามแนวทางในการดูแลสุขภาพดั้งเดิมมาใช้ในการบริการทางสุขภาพ ส่งผลให้การบริการด้านสุขภาพของไทยมีความสามารถสร้างความโดดเด่นและสร้างความเป็นอัตลักษณ์ให้เห็นเด่นชัดได้ จนเป็นที่ยอมรับและรู้จักของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก ทำให้ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ยังมีแนวโน้มเติบโตอีกมาก จากปัจจัยความได้เปรียบหรือจุดเด่นหลายด้าน เช่น ด้านการบริการที่ดี มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั่วโลก

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศ เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงรู้จักกันดีทั่วโลก เนื่องจากมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวและ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ธรรมชาติที่สวยงาม รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วย จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ.2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยว รวมจำนวนทั้งสิ้น 17,331,004

คน (ที่มา : <http://www.tourism.go.th/>) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งในระดับนายทุนและระดับชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีชื่อเสียง ธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดการหมุนเวียนรายได้ของประชาชนในพื้นที่จำนวนมาก ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวมีการจัดรูปแบบโปรแกรมทัวร์ที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างและหลากหลาย เช่น ทัวร์แพทย์แผนไทย ทัวร์อาหารสมุนไพร ทัวร์สมุนไพรชนบท ทัวร์เกษตรธรรมชาติ ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ ทัวร์ฝึกสมาธิและบำบัดปัญหาทางจิตเวช ทัวร์แหล่งธรรมชาติ ทัวร์ปั่นจักรยาน เป็นต้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการดูแลสุขภาพเข้ามาใช้บริการมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามยังมีธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเหล่านี้อีกมากที่ยังไม่มีความพร้อมในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อมที่ยังคงมีข้อจำกัดด้านมาตรฐานการให้บริการ ความสามารถในการบริหารจัดการ การบริหารบุคคล และการบริหารการตลาด

ธุรกิจนวดแผนไทย เป็นการบริการด้านสุขภาพที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของไทย สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย ส่วนใหญ่ต่างต้องการสัมผัสบริการนวดแผนไทยและสปาสมุนไพรไทยด้วยตนเอง ไม่เฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อกิจกรรมด้านสุขภาพ คนไทยส่วนหนึ่งก็ยังคงมีความนิยมในการเข้าไปใช้บริการเพิ่มขึ้นอีกด้วย มูลค่าตลาดรวมของธุรกิจ สปา และนวดแผนไทย ตัวเลขจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ที่คิดจากบริษัทที่จดทะเบียนมูลค่าตลาดอยู่ที่ 3,000 ล้านบาท จึงส่งผลให้ธุรกิจบริการกลุ่มนี้ยังคงมีผู้สนใจลงทุนเพิ่มขึ้น โดยการลงทุนในธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยวและสุขภาพประเภทนี้มีทั้งผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านท่องเที่ยวหรือสุขภาพแก่ธุรกิจที่มีอยู่แล้วและผู้ประกอบการรายใหม่ที่น่าสนใจเข้ามาเริ่มทำธุรกิจให้บริการด้านสุขภาพแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญในการศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์การตลาดดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดแผนไทยจึงควรดำเนินการพัฒนารูปแบบการให้บริการการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการจัดการกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาธุรกิจนวดแผนไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาบริบทการจัดการกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาธุรกิจนวดแผนไทย และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทย ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 30 รายและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยใช้บริการร้านนวดแผนไทย ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การนวดแผนไทย หมายถึง การนวดชนิดหนึ่งในแบบไทย เป็นศาสตร์บำบัดและรักษาโรคแขนงหนึ่งของการแพทย์แผนไทย โดยจะเน้นในลักษณะการกด การคลึง การบีบ การตัด การดึง และการอบ ประคบ ตามร่างกายของผู้ใช้บริการเพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อยและฟื้นฟูสภาพร่างกาย
2. ผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทย หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจร้านนวดแผนไทย ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ มีการวางแผนการดำเนินงาน ดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง และได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้และเคยใช้บริการร้านนวดแผนไทย ในเขตจังหวัดเชียงใหม่
4. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ
5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึงปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงานด้านการตลาด เนื่องจากเป็นสิ่งที่กิจการสามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทยนำไปพัฒนาธุรกิจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เกิดประสิทธิภาพ
2. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติและผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น