

Guidelines for Promoting Health Tourism in Hot Springs in Krabi Province

Chirapha Thongtao^{1*} Chawalee Na Thalang¹ Seri Wongmontha¹ and Jusana Techakana¹

¹University of Phayao, Thailand

*Corresponding author. E-mail: sanitchirapha132426@gmail.com

ABSTRACT

This research article aims to 1) examine the behavior and needs of Thai tourists traveling for health tourism at hot springs in Krabi Province, 2) define marketing strategies for health tourism at hot springs in Krabi Province, and 3) explore promotional guidelines for health tourism at hot springs in Krabi Province. The study employed a mixed-methods approach, incorporating both quantitative and qualitative research. Data were collected in three main phases: quantitative data from 400 tourists and qualitative data from 23 stakeholders, comprising 8 from the public sector, 8 from the private sector, 6 from local communities, and 2 from academia. Data analysis was conducted using SWOT and TOWS matrices to determine appropriate strategies. The findings revealed that: 1) most tourists visited primarily for relaxation and health therapy, with key needs including high-quality services, safety, and experiences closely connected to the natural environment of the hot spring sites. 2) Appropriate marketing strategies should therefore focus on modernizing services and facilities, while utilizing online channels for promotion in conjunction with health promotion activities. 3) The promotional guidelines for health tourism at hot springs in Krabi Province indicate that (1) emphasis should be placed on establishing an effective management system, (2) developing products that meet tourist demands, and (3) fostering collaborative networks among the public sector, private sector, local communities, and academia to ensure sustainable development and effective market expansion.

Keywords: Hot Springs, Health Tourism, Krabi, Marketing Strategies, Promotion Guidelines

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

จิรภา ทองเถาว์^{1*} ขวลิย์ ณ ถลาง¹ เสรี วงษ์มณฑา¹ และ ชุณณะ เดชคณา¹

¹มหาวิทยาลัยพะเยา ประเทศไทย

*Corresponding author. E-mail: sanitchirapha132426@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ 2) เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย 3 ระยะหลัก ได้แก่ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 23 คน ซึ่งแบ่งเป็น ภาครัฐ 8 คน ภาคเอกชน 8 คน ภาคชุมชน 6 คน และภาควิชาการ 2 คน รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SWOT และ TOWS Matrix เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม ผลการศึกษาพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนและบำบัดสุขภาพ โดยมีความต้องการหลักที่โดดเด่น ได้แก่ บริการที่มีคุณภาพสูง ความปลอดภัย และประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับความเป็นธรรมชาติของแหล่งน้ำพุร้อน 2) ยุทธศาสตร์การตลาดที่เหมาะสมจึงควรมุ่งเน้นการพัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ทันสมัย พร้อมทั้งใช้ช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ 3) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ พบว่า (1) ควรมุ่งเน้นการสร้างระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการ และ (3) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ชุมชน และภาควิชาการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและขยายตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: น้ำพุร้อน, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, กระบี่, ยุทธศาสตร์การตลาด, แนวทางการส่งเสริม

© 2025 JOMSD: Journal of Organizational Management and Social Development

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นหนึ่งในกระแสการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก โดยเฉพาะหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งส่งผลให้ผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จึงไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพักผ่อนเท่านั้น หากแต่รวมถึงกิจกรรมฟื้นฟู บำบัด และส่งเสริมสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติ เช่น การอาบน้ำแร่ แช่น้ำพุร้อน อบสมุนไพร และการทำสปา (Smith & Puczkó, 2014) มุมมองเกี่ยวกับ Well-being เป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนามูลค่าสูงในอนาคต และเชื่อมโยงกับแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนมากกว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรูปแบบอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวในรูปแบบ Well-being ยังเป็นประเด็นใหม่ในวงการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวในตลาดนี้ไม่เพียงแสวงหากิจกรรมท่องเที่ยวแต่ยังมุ่งหวังการตอบสนองต่อวิถีชีวิตและความหมายของชีวิต เช่น การเลือกบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ทั้งอาหารออร์แกนิก อาหารที่ปราศจากสารเคมีที่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม และอาหารท้องถิ่นที่ผลิตโดยชุมชน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน (ระชาชนนท์ ทวีผล และคณะ, 2568)

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะแหล่งน้ำพุร้อนที่กระจายอยู่ในหลายภูมิภาค หนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพโดดเด่น

คือ จังหวัดกระบี่ ซึ่งมีแหล่งน้ำพุร้อนสำคัญ ได้แก่ น้ำพุร้อนสะพานยูง น้ำพุร้อนเค็มคลองท่อม น้ำพุร้อนณัฐาวาริ และสระมรกต ตั้งอยู่ในอำเภอคลองท่อมและอำเภอเหนือคลอง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีบรรยากาศเอื้อต่อการพักผ่อนฟื้นฟูสุขภาพ และสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้อย่างหลากหลาย (กรมทรัพยากรน้ำบาดาล, 2564; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับบ่อน้ำแร่ร้อนเป็นธุรกิจสำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมอาบน้ำแร่เพื่อส่งเสริมสุขภาพร่างกายและจิตใจ โดยมีคุณสมบัติในการบำบัดอาการต่างๆ เช่น ความดันโลหิตสูง ปวดกระดูก ปวดข้อ โรคทางเดินอาหาร และโรคผิวหนัง ซึ่งช่วยเพิ่มการไหลเวียนเลือดและลดความตึงเครียดของกล้ามเนื้อ (รัฐวิชัย เศรษฐยุกานนท์, 2566) อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความคาดหวังสูงต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคใต้ โดยเฉพาะด้านห้องแช่น้ำพุร้อน ความปลอดภัย และการจัดการสิ่งแวดล้อม (วาสนา ขวัญทองยิ้ม และพีรวัส หนูเกต, 2562) นอกจากนี้ ห้องแช่น้ำพุร้อนและห้องอาบน้ำยังต้องการการปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ รวมถึงการซ่อมแซมและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก (จามรี ชุศรีโฉมและคณะ, 2558; อริศรา ห้องทรัพย์, 2557)

จังหวัดกระบี่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย โดยในปีพ.ศ. 2566 มีนักท่องเที่ยวถึง 2.1 ล้านคน และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 22,214 ล้านบาท (สำนักงานสถิติจังหวัดกระบี่, 2567) แม้ว่ากระบี่จะมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่การพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุยังเผชิญกับความท้าทาย โดยเฉพาะด้านคุณภาพบริการและการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ (ประภาศรี เอียรธูมา และคณะ, 2565) การพัฒนากระบี่ในด้านนี้ถือเป็นโอกาสสำคัญในการเสริมศักยภาพในตลาดการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ (สุภัทรา สังข์ทอง และคณะ, 2564) จังหวัดกระบี่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น น้ำพุร้อนเค็มคลองท่อม และน้ำตกร้อนสะพานยูง ซึ่งได้รับความนิยมและสร้างรายได้ (ธนพล แก้วสังข์ และคณะ, 2564) อย่างไรก็ตาม กระบี่ยังต้องพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น บริการฟื้นฟูสุขภาพและกิจกรรมที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุ พัฒนาจึงควรเน้นการปรับปรุงคุณภาพบริการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม และการสร้างข้อมูลที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้อย่างมั่นใจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เติบโตอย่างรวดเร็ว (รัชชกร จรวิรัตน์, 2568)

จากบริบทดังกล่าว จึงเกิดคำถามสำคัญที่ควรศึกษา ได้แก่ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากแหล่งน้ำพุร้อนในจังหวัดกระบี่มีลักษณะอย่างไร องค์ประกอบทางการตลาดใดที่มีความเหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนในพื้นที่นี้ และควรมีแนวทางหรือยุทธศาสตร์อย่างไรที่จะสามารถส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน คำถามเหล่านี้สะท้อนถึงช่องว่างขององค์ความรู้ที่จำเป็นต้องได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนในจังหวัดกระบี่ให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่
2. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่
3. เพื่อสร้างแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีผสมผสาน (Mixed Methods) โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยว 400 ราย เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการ และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 23 ราย จากภาครัฐ เอกชน ชุมชน และวิชาการ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SWOT และ TOWS Matrix เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ โดยมีรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.1 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนในจังหวัดกระบี่ ครอบคลุมพื้นที่ 2 อำเภอ คือ อำเภอคลองท่อม และอำเภอเหนือคลอง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อยตามลักษณะที่สนใจ และกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มไว้ล่วงหน้า (Creswell & Creswell, 2017) กำหนดจำนวนตัวอย่าง 100 คนต่อสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามที่ออกแบบมาอย่างเหมาะสม สถานที่เก็บข้อมูลในอำเภอคลองท่อม ได้แก่ สระมรกต น้ำพุร้อนสะพานยูง และน้ำพุร้อนเค็ม ส่วนในอำเภอเหนือคลอง ได้แก่ น้ำพุร้อนณัฐธาวารี เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 23 คน ได้รับการคัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยตัวแทนจากภาครัฐ จำนวน 8 คน ภาคเอกชน 8 คน ภาคชุมชน 5 คน และภาควิชาการ 2 คน โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเหล่านี้มีบทบาทและความรู้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยและแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสอดคล้องกับสภาพจริงในพื้นที่ ดังนี้

2.1 ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณของการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลัก โดยออกแบบให้ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ความต้องการ และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนในจังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูง โดยเน้นเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ สระมรกต น้ำพุร้อนสะพานยูง น้ำพุร้อนเค็ม ในอำเภอคลองท่อม และน้ำพุร้อนณัฐธาวารี ในอำเภอเหนือคลอง

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยจัดทำขึ้นในลักษณะของคำถามแบบปิดและแบบเปิดผสมผสานกัน เพื่อให้สามารถรวบรวมข้อมูลได้ทั้งในรูปของตัวเลขสำหรับการวิเคราะห์เชิงสถิติ และข้อมูลความคิดเห็นเพื่อการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยโครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น ความถี่ในการเดินทาง จุดมุ่งหมาย ลักษณะกิจกรรมที่เข้าร่วม และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยว ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในด้านบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ตอนที่ 4 เป็นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้กรอบแนวคิดส่วน

ประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ

ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจริง ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมืออย่างเหมาะสม โดยเริ่มจากการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยส่งแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องของแต่ละข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ การวิจัย จากนั้นนำค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มาวิเคราะห์ โดยยอมรับเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จากนั้นได้นำแบบสอบถามฉบับที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างนักร้องจำนวน 30 คน ซึ่งมี ลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจริง เพื่อนำข้อมูลมาทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่ามีความค่าเท่ากับ 0.89 แสดงว่าแบบสอบถามมี ระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก (Nunnally & Bernstein, 1994)

2.2 เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 23 คน ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และภาควิชาการ แบบสัมภาษณ์มีการออกแบบคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถแสดง ความคิดเห็นและให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ ได้อย่างอิสระและครบถ้วน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ สระมรกด น้ำพุร้อนสะพานยูง น้ำพุร้อนเค็มในอำเภอลอดช่อง และน้ำพุร้อนณัฐรวารีในอำเภอนะบือ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา กำหนดจำนวนตัวอย่าง 100 คน ต่อสถานที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย

3.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 23 คน ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และภาควิชาการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อให้ ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางและปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

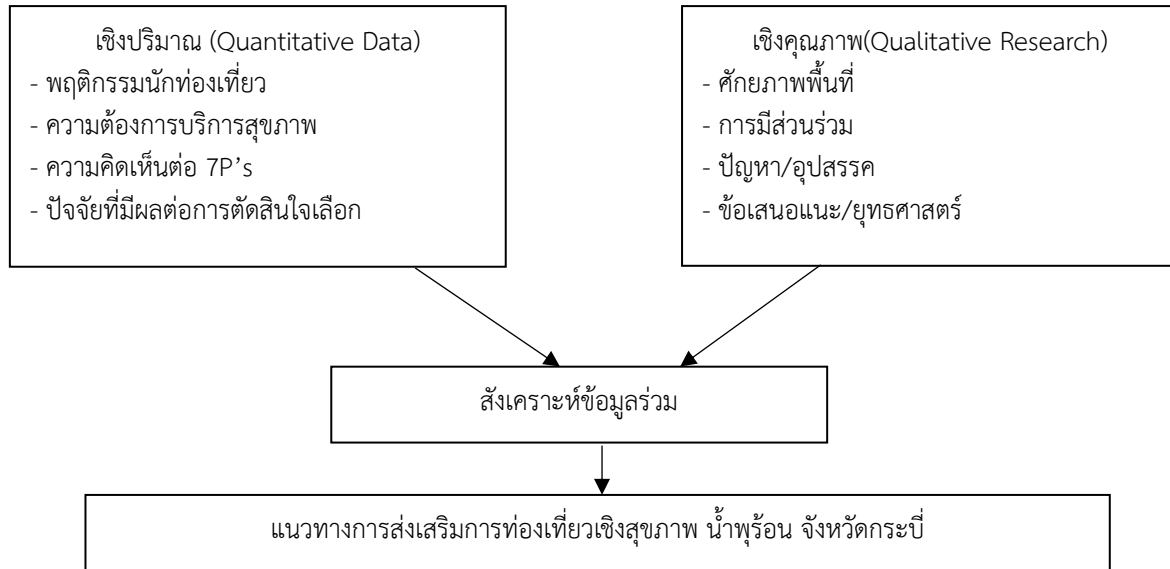
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis) ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จะถูกวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เช่น โปรแกรม SPSS เพื่อทำ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งวิเคราะห์เชิงสาเหตุหรือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามความเหมาะสม เช่น การวิเคราะห์ความแตกต่าง ระหว่างกลุ่ม (t-test, ANOVA) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อสรุปพฤติกรรมและ ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการ สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จะถูกถอดเทปและจัดระบบข้อมูล จากนั้นใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อค้นหาแนวคิด หมวดหมู่ และประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุ ร้อน จังหวัดกระบี่ โดยกระบวนการวิเคราะห์จะเน้นการตีความข้อมูลอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้เข้าใจบริบทและปัจจัยที่มี ผลต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อย่างครบถ้วน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้ออกแบบขึ้นเพื่อให้สามารถอธิบายและทำความเข้าใจพฤติกรรมความต้องการ รวมถึงแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ที่บูรณาการทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน

ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน ผ่านแบบสอบถาม ซึ่งมุ่งศึกษาประเด็นสำคัญ ได้แก่ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ข้อมูลเชิงปริมาณนี้จะสะท้อนให้เห็นแนวโน้ม ความถี่ และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่

ได้มีการเก็บรวบรวม ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน และนักวิชาการ เพื่อให้ได้มุมมองเชิงลึกเกี่ยวกับศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาอุปสรรค และโอกาสของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ ข้อมูลในลักษณะนี้ช่วยเสริมให้การวิเคราะห์มีมิติที่ครอบคลุมมากขึ้น ไม่เพียงแต่สะท้อนความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ยังรวมถึงทัศนคติและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง

เมื่อข้อมูลทั้งสองส่วนถูกนำมาประมวลร่วมกัน จะทำให้ได้แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและเป็นไปได้จริง โดยการเชื่อมโยงระหว่างความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Demand side) เข้ากับมุมมองของหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ (Supply side) จึงก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความเป็นเอกภาพและยั่งยืนในระยะยาว

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

ตารางที่ 1 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

(n = 400)

พฤติกรรม/ความต้องการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มาเที่ยวเพื่อผ่อนคลายและรักษาสุขภาพ	280	70.0
ต้องการบริการสปาและนวดแผนไทย	240	60.0
ชอบกิจกรรมเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เช่น น้ำพุร้อน	260	65.0
ต้องการข้อมูลด้านสุขภาพและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	200	50.0
พักค้างคืนในพื้นที่น้ำพุร้อน	160	40.0
ใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย 1-2 วัน	320	80.0

จากตารางที่ 1 พบว่า จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนจังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อผ่อนคลายและรักษาสุขภาพเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังมีความต้องการใช้บริการสปาและนวดแผนไทยควบคู่ไปด้วย รวมทั้งชื่นชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เช่น การแช่น้ำพุร้อนและสระน้ำแร่ธรรมชาติ นักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลและคำแนะนำด้านสุขภาพจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการใช้บริการ ขณะเดียวกันบางส่วนเลือกที่จะพักค้างคืนในพื้นที่น้ำพุร้อน เพื่อเพิ่มระยะเวลาการพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพ โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในพื้นที่น้ำพุร้อนประมาณ 1-2 วัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดกระบี่เหมาะสำหรับการพักผ่อนระยะสั้น แต่ให้ประโยชน์ด้านสุขภาพอย่างครบถ้วน

ตารางที่ 2 สรุปพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (จากการสัมภาษณ์เชิงลึก)

ประเด็นที่ศึกษา	รายละเอียดจากการสัมภาษณ์	ตัวอย่างคำพูดจากนักท่องเที่ยว (Quotation)
1. ความต้องการด้านการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพ	นักท่องเที่ยวเน้นการพักผ่อน ลดความเครียด ฟื้นฟูสุขภาพ	“น้ำพุร้อนช่วยให้ร่างกายรู้สึกผ่อนคลายมากขึ้นค่ะ”
2. ความต้องการบริการครบวงจร เช่น สปา นวดแผนไทย	ต้องการบริการที่รวมทั้งการนวด และดูแลสุขภาพแบบองค์รวม	“อยากให้มีบริการนวดแผนไทยควบคู่กับการแช่น้ำพุร้อน”
3. ความต้องการข้อมูลและคำแนะนำด้านสุขภาพ	ต้องการคำแนะนำที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ	“ถ้ามีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำเรื่องการแช่น้ำอย่างปลอดภัย จะดีมาก”
4. ชื่นชอบบรรยากาศธรรมชาติและความสงบ	ต้องการสถานที่ร่มรื่น เงียบสงบ และใกล้ชิดธรรมชาติ	“บรรยากาศที่นี่ทำให้รู้สึกผ่อนคลายจริง ๆ ค่ะ”
5. ข้อเสนอแนะด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แนะนำเพิ่มที่พักและร้านอาหารที่รองรับอาหารสุขภาพ	“อยากให้มีที่พักใกล้ ๆ และร้านอาหารที่เน้นเมนูสุขภาพค่ะ”

จากตารางที่ 2 พบว่า ประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวต้องการเน้นการผ่อนคลายและฟื้นฟูสุขภาพผ่านน้ำพุร้อน ควบคู่กับบริการสปาและนวดแผนไทยอย่างครบวงจร รวมถึงต้องการคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อความปลอดภัยและประสิทธิภาพในการใช้บริการ นอกจากนี้ยังชื่นชอบบรรยากาศธรรมชาติที่สงบเงียบ และแนะนำให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น ที่พักและร้านอาหารที่รองรับอาหารเพื่อสุขภาพ

2. ยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

2.1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ (n = 400)

ยุทธศาสตร์การตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
การส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย	320	80.0
การพัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ทันสมัย	280	70.0
การจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและเวิร์กช็อป	260	65.0
การสร้างเครือข่ายกับชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น	240	60.0
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจร	300	75.0

จากตารางที่ 3 พบว่า จากการศึกษาคำความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน พบว่ายุทธศาสตร์การตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย เพราะเป็นช่องทางที่ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วและกว้างขวาง รองลงมาคือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจร ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่าการให้บริการที่ครอบคลุมตั้งแต่การดูแลสุขภาพ การพักผ่อน และกิจกรรมต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังเห็นความสำคัญของการพัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ทันสมัย เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการและมาตรฐานที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง การจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและเวิร์กช็อป ก็เป็นยุทธศาสตร์ที่ช่วยสร้างประสบการณ์และความรู้ด้านสุขภาพที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยว ขณะที่การสร้างเครือข่ายกับชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น ถือเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการส่งเสริมความเข้มแข็งและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ: ยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักท่องเที่ยว พบว่า ยุทธศาสตร์การตลาดที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ ควรมุ่งเน้นการใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ ควบคู่กับการพัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐาน การจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ การร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติและที่พักผ่อนอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4 วิเคราะห์ SWOT ยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
สถานที่และบริการ	แหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ บรรยากาศสวยงาม	สิ่งอำนวยความสะดวกบางส่วนยังไม่เพียงพอ
การตลาดและบุคลากร	บุคลากรมีความรู้และประสบการณ์ด้านสุขภาพ	การใช้สื่อออนไลน์และการตลาดยังไม่เต็มที่
ปัจจัยภายนอก	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาด	แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มขึ้น	การแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอื่น
เทคโนโลยี	การใช้สื่อออนไลน์ช่วยขยายตลาด	การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมลูกค้า

จากตารางที่ 4 พบว่า จากการวิเคราะห์ SWOT พบว่า แหล่งน้ำพุร้อนมีจุดแข็งคือความเป็นธรรมชาติ และบรรยากาศที่สวยงาม รวมถึงบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านสุขภาพ ขณะที่จุดอ่อนคือสิ่งอำนวยความสะดวกบางส่วนยังไม่ครบถ้วนและการใช้สื่อออนไลน์ยังไม่เต็มที่ในส่วนของปัจจัยภายนอก พบว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังเพิ่มขึ้นและเทคโนโลยีสื่อออนไลน์เป็นโอกาสที่ช่วยขยายตลาดได้ แต่ก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นและความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 5 วิเคราะห์ TOWS เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การตลาด

ยุทธศาสตร์ SO (ใช้จุดแข็งคว้าโอกาส)	ยุทธศาสตร์ WO (แก้ไขจุดอ่อนใช้โอกาส)
พัฒนาโปรแกรมสุขภาพและบริการด้วยบุคลากรที่มีความรู้ พร้อมใช้สื่อออนไลน์เพื่อขยายตลาด	ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และเพิ่มการใช้สื่อออนไลน์ในงานการตลาด
ยุทธศาสตร์ ST (ใช้จุดแข็งลดผลกระทบจากอุปสรรค)	ยุทธศาสตร์ WT (ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค)
ใช้บุคลากรที่มีความรู้จัดกิจกรรมเฉพาะทาง เพื่อสร้างความแตกต่าง	พัฒนาระบบบริหารและการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความเสี่ยง

จากตารางที่ 5 พบว่าจากการวิเคราะห์ TOWS พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนจังหวัดกระบี่ ควรมุ่งใช้จุดแข็งของทรัพยากรธรรมชาติและบุคลากรด้านสุขภาพมาพัฒนาโปรแกรมและกิจกรรมเชิงสุขภาพ พร้อมขยายตลาดผ่านสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ควรแก้ไขจุดอ่อน เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงปรับกลยุทธ์การตลาดให้ทันสมัย เพื่อลดความเสี่ยงจากการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยรวมเป็นการกำหนดยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงปัจจัยภายในและภายนอกอย่างเหมาะสม สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

3. แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

จากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ร่วมกับการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix พบว่า การสร้างแนวทางการส่งเสริมการตลาดควรเน้นการพัฒนา “ประสบการณ์เชิงสุขภาพแบบครบวงจร” ทั้งในด้านสินค้า บริการ และการตลาด โดยใช้จุดแข็งของแหล่งน้ำพุร้อนที่มีศักยภาพ ผสานกับช่องทางการตลาดสมัยใหม่ เช่น สื่อออนไลน์ และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลาย ควบคู่กับการพัฒนาบุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อม และสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

ด้านกลยุทธ์การตลาด (7P's)	แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่เสนอ
1. Product (สินค้า)	พัฒนาแพ็คเกจสุขภาพ เช่น แขน้ำแร่+นวดแผนไทย+อาหารสุขภาพ/เวิร์กช็อปสุขภาพ
2. Price (ราคา)	จัดทำโปรโมชั่นร่วมกับที่พัก ร้านอาหาร เช่น แพ็คเกจราคาพิเศษ/บัตรส่วนลด
3. Place (ช่องทางจัดจำหน่าย)	พัฒนาเว็บไซต์/แอปสำหรับจองโปรแกรมสุขภาพออนไลน์ จัดทัวร์ร่วมกับผู้ประกอบการ
4. Promotion (ส่งเสริมการตลาด)	ใช้สื่อออนไลน์สร้างการรับรู้ เช่น YouTube, Facebook, TikTok / รีวิวจากอินฟลูเอนเซอร์
5. People (บุคลากร)	พัฒนาศักยภาพบุคลากรท้องถิ่นในการบริการและให้คำแนะนำด้านสุขภาพ
6. Process (กระบวนการบริการ)	จัดระบบบริการให้สะดวก เช่น ระบบจองออนไลน์ /ระบบดูแลสุขภาพก่อน-หลังการแช่น้ำ
7. Physical Evidence (บรรยากาศ/สถานที่)	ปรับปรุงบรรยากาศให้น่าพักผ่อน เช่น ทางเดินไม้ ธรรมชาติร่มรื่น ป้ายแนะนำสุขภาพ

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อผ่อนคลายและดูแลสุขภาพ โดยกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ การแช่น้ำแร่ การนวดแผนไทย และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เช่น การเดินป่าและการชมทัศนียภาพ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับประโยชน์ด้านสุขภาพของแหล่งน้ำพุร้อน รวมถึงต้องการบริการที่สะดวก ปลอดภัย และมีมาตรฐาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งน้ำพุร้อนควรได้รับการพัฒนาให้เป็นพื้นที่บริการสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Wellness) ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะหลังการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ทำให้ผู้คนต้องการหลีกเลี่ยงจากความเครียด ความแออัด และสิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษในเมืองใหญ่ ไปยังพื้นที่ธรรมชาติที่ให้ความรู้สึกปลอดภัยและฟื้นฟูสุขภาพได้อย่างแท้จริง ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา ใจเป็ง และวิลาวรรณ พิศแสง (2565) ที่พบว่า พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนสันกำแพง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยมีการเดินทางมากกว่า 3 ครั้งต่อปี และมีครอบครัวและญาติเป็นผู้แนะนำการท่องเที่ยว ทั้งนี้ มีครอบครัวและญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ /รถจักรยานยนต์ ส่วนตัว ในขณะที่กิจกรรมที่นิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนสันกำแพง ได้แก่ อาบน้ำแร่/ แช่น้ำร้อน

ยุทธศาสตร์การตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดกิจกรรมสุขภาพ และการเชื่อมโยงกับชุมชน โดยการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ยังช่วยชี้แนวทางชัดเจนในการใช้จุดแข็ง พัฒนาโอกาส แก้ไขจุดอ่อน และลดผลกระทบจากอุปสรรค เพื่อเสริมศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในยุคดิจิทัลที่ช่วยให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วและกว้างขวาง รวมถึงนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลหลัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศันสนีย์ กระจ่างโฉม และคณะ (2564) ระบุว่า กลยุทธ์การปรับตัวของภาคการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นการส่งเสริมจุดแข็งด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติ พร้อมกับการทำการตลาดเชิงรุก เพื่อแก้ไขจุดอ่อนและใช้โอกาสที่มีอยู่ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากร รวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนล้วนเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ นอกจากนี้ การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวและการสื่อสารภาพลักษณ์ของภาคเหนือตอนบนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและปลอดภัยถือเป็นกลยุทธ์เชิงป้องกัน ขณะที่การพัฒนาวิถีปกติใหม่ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นเพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดและพัฒนาภาคการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการส่งเสริมการตลาดควรมุ่งเน้นการพัฒนาแพ็คเกจสุขภาพที่หลากหลาย การสร้างช่องทางจองออนไลน์ การอบรมบุคลากร การออกแบบบริการให้สะดวก และการสร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อออนไลน์ โดยแนวทางทั้งหมดนี้ควรดำเนินการควบคู่กับการมีส่วนร่วมของชุมชนและการรักษาอัตลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพัฒนาแพ็คเกจที่หลากหลายและช่องทางจองออนไลน์ช่วยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว และความคุ้มค่า ขณะเดียวกัน การมีส่วนร่วมของชุมชนและการรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นช่วยสร้างความแตกต่างและเสริมสร้างประสบการณ์ที่แท้จริง ซึ่งส่งผลให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนพล แก้วสังข์ และคณะ (2564) เสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่บ่อน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในสี่ด้านหลัก ได้แก่ 1. สิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก เช่น ศูนย์อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และห้องน้ำ โดยต้องคำนึงถึงการรักษาสสิ่งแวดล้อม
2. สถานที่ ที่ต้องมีพื้นที่พักผ่อนและที่จอดรถเพียงพอ 3. ความปลอดภัย ด้วยการติดตั้งป้ายและเพิ่มบุคลากรดูแล
ความปลอดภัย รวมถึงอุปกรณ์ปฐมพยาบาล 4. การบริการ โดยการเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและกิจกรรมส่งเสริม
สุขภาพ เช่น นวดแผนไทย เพื่อพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และยังสอดคล้องกับ สารภี ชนะทัฬห และคณะ (2564) พบว่า แนวทางการจัดการ
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ปลอดภัย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรจัดการตามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ ซึ่งรวมถึงคุณภาพน้ำพุร้อนและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องแช่
น้ำพุร้อน ห้องน้ำ และการจัดการด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม
 อีกทั้ง รัฐวิชัย เศรษฐยานนท์ (2566) เสนอให้เพิ่มกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การนวดและทำสปา รวมถึง
การปรับปรุงทางเข้าและการเดินทางภายในพื้นที่ เพิ่มบริการร้านอาหาร และพัฒนาการบริการของเจ้าหน้าที่
รวมถึงบ่อน้ำพุร้อน โดยผู้ประกอบการควรเข้าใจบริบทของสถานที่และจุดเด่นของน้ำพุร้อน เพื่อพัฒนาแหล่ง
ท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญยังแนะนำให้ศึกษาองค์ประกอบเวลเนสและ
ทำความเข้าใจวัตถุประสงค์และความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาสถานที่และบริการ
ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนน้ำพุร้อนจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อ
ผ่อนคลายและดูแลสุขภาพ โดยมีกิจกรรมที่ชื่นชอบ เช่น การแช่น้ำแร่และการนวดแผนไทย นักท่องเที่ยวต้องการ
บริการที่มีคุณภาพ และช่องทางสื่อสารที่สะดวก โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่ช่วยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว
 ยุทธศาสตร์การตลาดที่เหมาะสมจึงควรมุ่งเน้นการพัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ทันสมัย พร้อมทั้งใช้
ช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ นอกจากนี้ การสร้าง
ความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นและการรักษาเอกลักษณ์ของพื้นที่เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืน
ให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระยะยาวโดยรวมแล้ว การส่งเสริมการตลาดอย่างครบวงจรที่ผสมผสานระหว่าง
การดูแลสุขภาพ การพักผ่อน และการอนุรักษ์ธรรมชาติ จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่
นักท่องเที่ยว และผลักดันให้น้ำพุร้อนจังหวัดกระบี่กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จังหวัด/หน่วยงานท้องถิ่น ควรจัดตั้งกลไกการบริหารจัดการหรือคณะทำงานเฉพาะกิจด้าน
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ แผนพัฒนา และมาตรฐานบริการร่วมกัน
โดยบูรณาการภาครัฐ เอกชน วิชาการ และชุมชน

1.2 ผู้ประกอบการ/นักพัฒนา แพคเกจท่องเที่ยวพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงสุขภาพ
แบบครบวงจร เช่น แช่น้ำแร่ สปา นวดแผนไทย อาหารสุขภาพ และกิจกรรมเชิงสุขภาพอื่น ๆ เพื่อตอบสนอง
นักท่องเที่ยว

1.3 หน่วยงานด้านการตลาดการท่องเที่ยว (เช่น ททท.) ใช้สื่อดิจิทัลและการตลาดออนไลน์
เป็นเครื่องมือหลัก ในการขยายการประชาสัมพันธ์ทั้งตลาดไทยและต่างชาติ พร้อมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก
ของน้ำพุร้อนจังหวัดกระบี่

1.4 สถาบันการศึกษา/หน่วยงานฝึกอบรม: จัดฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่นให้มีทักษะมาตรฐาน
ด้านบริการสุขภาพ และการสื่อสารหลายภาษา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนต่อชุมชนท้องถิ่น (ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ) อย่างครบวงจร

2.2 ควรขยายการศึกษาครอบคลุมกลุ่ม นักท่องเที่ยวต่างชาติ และเปรียบเทียบกับพฤติกรรม /ความต้องการของนักท่องเที่ยวไทย เพื่อใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพยากรน้ำบาดาล. (2564). คุณสมบัติทางธรณีวิทยาของแหล่งน้ำพุร้อนในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). รายงานแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่แหล่งน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จามรี ชูศรีโฉม, ปุณยวีร์ ศรีรัตน์ และนิภาพร แซ่เจ็ง. (2558). การศึกษาความพร้อมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา อุทยานบ่อน้ำร้อน ตำบลวังหิน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 35(3), 91-114.
- ชนิษฐา ใจเป็ง และวิลาวรรณ พิศแสง. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย กรณีศึกษาน้ำพุร้อนสันกำแพง เชียงใหม่. วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์, 104 – 118.
- ธนพล แก้วสังข์, อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์, มณีหยก พานิช และวิชุดา ทองท่าฉาง. (2564). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ, 4(2), 133-140.
- ประภาศรี เขียวธูมา, ดรรชนี เอมพันธุ์, และนภวรรณ ฐานะกาญจน์พงษ์เขียว. (2565). ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาอ่าวไร่เล อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธาราหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 13(1), 87-103.
- ระชานนท์ ทวีผล, ฉัตรวริน คลองน้อย, พรหมมาตร จินดาโชติ, สไบทิพย์ มงคลนิมิตร และรัชมงคล ทองหล่อ. (2568). รูปแบบการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. Journal of Spatial Development and Policy, 3(2), 29-44.
- รัชชกร จรวิรัตน์. (2568). การพัฒนาจังหวัดกระบี่สู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 21(2), 185-201.
- รัฐวิชัย เศรษฐภูพานนท์. (2566). พฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ กรณีศึกษา บ่อน้ำร้อนพรรั้ง ธาริน ฮอตสปริง จังหวัดระนอง และวาริรัก ฮอตสปริง แอนด์ เวลเนส จังหวัดกระบี่. (เคหพัฒนศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- วาสนา ขวัญทองยิ้ม และพีรวัส หนูเกต. (2562). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทบ่อน้ำร้อนในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน. ใน การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 2 (น. 1093-1105). สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- คันสนีย์ กระจำโนม, กนกวรรณ สังขกร และนิเวศน์ พูนสุขเจริญ. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวของภาคการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนภายใต้วิกฤตการณ์การระบาดโควิด-19. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 41(1), 1-20.

- สารภี ชนะทัฬ, เนตรนภา รักษายศ และนงลักษณ์ ผุดผือก (2564) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา น้ำพุร้อนท่าสะทอน ตำบลท่าสะทอน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 8(1), 61–80.
- สำนักงานสถิติจังหวัดกระบี่. (2567). สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พ.ศ. 2561– 2566 (ข้อมูล ณ ธันวาคม 2566). สืบค้นจาก https://krabi.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=601: สถานการณ์ การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่-พ-ศ-2561-2566-ข้อมูล-ณ-ธันวาคม-2566&catid=36.
- สุภัทรา สังข์ทอง, กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล, และวิภาวี ความวุฒิ. (2564). การศึกษากิจกรรมเพื่อพัฒนา เส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: ตำบลเขาคราม อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. วารสารศิลป ศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 17(1), 24-46.
- อริศรา ห้องทรัพย์. (2557). แนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคทางตอน เหนือของประเทศไทย. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Thousand Oaks: Sage publications.
- Nunnally J., & Bernstein I. (1994). Psychometric theory. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Smith, M., & Puczkó, L. (2014). Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel. (2nd ed.). New York: Routledge.

