

กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถการบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัด ภูเก็ต

ดร. พุทธพร อักษรไพโรจน์

คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

และ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณาธิญา วีระกิจ

คณะกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

บทคัดย่อ

แผนงานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการเชื่อมโยงการบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม ในจังหวัดภูเก็ต (2) ศึกษาการพัฒนานวัตกรรมบริการในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต (3) เสนอกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถการบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต โดยมีโครงการวิจัยย่อย 2 โครงการเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ผลการศึกษาที่ได้จากโครงการย่อยได้นำมาสังเคราะห์ร่วมกับแผนงานเพื่อการนำเสนอกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถการบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต การดำเนินการศึกษามุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปที่ผ่านทั้งกระบวนการค้นทางเลือกและกระบวนการค้นปฏิฐานนิยามเพื่อนำเสนอกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถการบริการแบบองค์รวม โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีการปฏิบัติที่เป็นเลิศในประเทศไทย ตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาในโครงการวิจัยย่อยที่ 1 นำเสนอผลการวิเคราะห์ส่วนตลาดนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพตามพฤติกรรม แรงจูงใจ และความสนใจในการใช้บริการเชิงสุขภาพในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและการเชื่อมโยงการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม แบ่งตามความสนใจการให้บริการเชิงสุขภาพได้เป็น 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวที่สนใจใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพเท่านั้น และนักท่องเที่ยวที่สนใจใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพร่วมกับการบริการเชิงการแพทย์ ได้แก่ การชะลอวัย การตรวจสุขภาพทั่วไป ศัลยกรรมความงาม และทันตกรรม โดยบริการสปาเป็นบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุด ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์และบริการ สถานที่ และบุคลากร มีผลต่อแนวโน้มการใช้ซ้ำและบอกต่ออย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อแนวโน้มการใช้ซ้ำและบอกต่อในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวต่างชาติอื่นๆ และนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จัดการเดินทางเอง

ผลการศึกษาในโครงการย่อย 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนานวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต 30 ตัวชี้วัด จำนวน 6 ด้าน คือ นวัตกรรมด้านกระบวนการและระบบการทำงาน

นวัตกรรมด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ นวัตกรรมด้านเอกลักษณ์การบริการและการสร้างตราสินค้า นวัตกรรมด้านการจัดการองค์ความรู้ นวัตกรรมด้านการสร้างความผูกพันและการสร้างเครือข่าย นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นตัวแทนธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ การบริการที่เกี่ยวข้องสำหรับสมรรถภาพทางกาย การดูแลความงาม โภชนาการเพื่อสุขภาพ การพักผ่อนหย่อนคลาย สมาธิและกิจกรรมทาง สังเคราะห์ผลร่วมกับผลการดำเนินการศึกษาจากตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีการปฏิบัติที่เป็นเลิศในประเทศไทย พบว่า โดยภาพรวมนวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ ด้านตราสินค้า ด้านบริการหรือผลิตภัณฑ์ มีระดับนวัตกรรมบริการอยู่ในระดับสูง ตามลำดับ ส่วนการแข่งขันด้านราคาเป็นด้านที่ทั้งตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตและธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีการปฏิบัติที่เป็นเลิศในประเทศไทยต่างไม่ได้ให้ความสำคัญเพื่อนำมาประกอบการสรรค์สร้างนวัตกรรมแต่อย่างไร

จากผลการศึกษาทั้งจากโครงการย่อยและแผนงานได้สังเคราะห์และนำเสนอกลยุทธ์ชื่อ “ภูเก็ต: การท่องเที่ยวเชิงสุขอารมณ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Phuket Emotional Wellness)” เป็นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเพื่อนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Focus Differentiation) เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศหญิงอายุ 20–37 ปี (Gen Y) ตามกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอื่นๆ ด้วยกลยุทธ์หลัก 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การเชื่อมโยงการบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม ในจังหวัดภูเก็ต และกลยุทธ์การพัฒนานวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้ แผนงานวิจัยนำเสนอผลการศึกษาเพื่อสร้างการขับเคลื่อนร่วมกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต สมาคมสปาจังหวัดภูเก็ต สมาคมโรงแรมป่าตอง สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงสาธารณสุข เพื่อเพิ่มขีดความสามารถบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต สู่อการเป็นผู้นำการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในระดับนานาชาติต่อไป

Wellness Tourism in Phuket: A Strategy for Service Competitive Advantage

Dr. Puttaporn Aksornpairoj

Faculty of Agricultural Technology,

Phuket Rajabhat University

and

Assistant Professor Dr. Nareeya Weerakit

Faculty of Hospitality and Tourism Management,

Prince of Songkla University, Phuket Campus

ABSTRACT

The objectives of this research project are threefold: (1) to study holistic relation of the Wellness Tourism in Phuket, (2) to develop service innovation for the Wellness Tourism in Phuket, and (3) to propose strategies for an increase in service capacity of the Wellness Tourism in Phuket. The study used findings from its two sub-research projects to answer the first two objectives stated. Such answers were analyzed with this major research to propose strategies for an increase in service capacity of the Wellness Tourism in Phuket. Study processes aim at finding facts and conclusions digested from optional and reformation paradigms for strategies to be proposed. The information was obtained from tourists travelling in Phuket for their wellness, representatives from the Wellness Tourism business in Phuket, and from the “Excellent Practice” of the Wellness Tourism business in Thailand, as well as those from Medical Tourism and from relevant government and private sectors.

The findings from its first sub-research project show analysis of the Wellness Tourism market based on behavior, interest in Wellness Tourism services during their travel in Phuket in relation to the holistic aspects of the Wellness Tourism services. Two tourists groups were those interested only in the Wellness aspects, and those interested in the Wellness along with medical aspects, including age slowing down, medical checkup, cosmetic surgery and dental services. Of the Wellness Tourism, Spa is on the top. Physical environment, products, services, location and service providers significantly

indicate repeat possibilities and passing-on information, while pricing does not affect repeat possibilities and passing-on information among foreign tourists or Chinese tourists travelling on their own.

The findings from its second sub-research project reveal guidelines of the Wellness Tourism development in Phuket with 30 indicators in 6 dimensions: process and work structure, human resources development, unique services and branding, knowledge transferring, engagement and networking and technology application.

Key informants were representatives from Wellness Tourism business in Phuket: those involved with Physical Fitness, Beauty, Health Nutrition, Relaxation, Meditation and Mental Activity. The synthesis coupled with the study from the “Excellent Practice” representatives of the Wellness Tourism business in Thailand indicates that in general, the process of service innovation, that of the trade mark, the service/product are on the respectively high levels. Both local representatives in Phuket and those of the best practice in Thailand did not focus the price competition for business innovation.

The combined studies from this major research and its sub-projects lead to a proposed strategy named: “Phuket: Emotional Wellness Tourism”. This is a strategy for focus tourist groups, (differentiation with particular interest in female tourists, aged 20–37 (Gen Y) based on Chinese tourists and other foreign tourists. The proposed guidelines are to increase the competitive capacity and the development cooperation of business and relevant sectors aiming at progressing to the first-class Wellness Tourism Services Innovation at the international level.

There are two strategies proposed: to holistic relation of the Wellness Tourism in Phuket and to develop service innovation for the Wellness Tourism in Phuket. This research effort is for Phuket Tourist Association, Phuket Spa Association, Phuket Hotel Association, Tourist Council of Phuket, Tourism Authority of Thailand, Ministry of Commerce, Ministry of Public Health to drive together in order to increase the service capacity of the Wellness Tourism in Phuket, making it an international leader of Wellness Tourism.