

บทคัดย่อ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตกลายเป็นทางเลือกที่มีอิสระแก่นักท่องเที่ยวในตลาดการท่องเที่ยว ดังนั้นการทำตลาดออนไลน์ หรือ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce: e-Commerce) โดยใช้เว็บไซต์หรือเว็บท่า เป็นตัวกลางในการนำเสนอข้อมูลการตลาด และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผสมผสานเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในขณะที่จังหวัดนครศรีธรรมราชยังไม่มีสื่อออนไลน์เพียงพอที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลเฉพาะทาง มีความครบถ้วนและสามารถเชื่อมโยงบริการที่ใกล้เคียงและเกี่ยวข้องได้ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้เว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรง 2) พัฒนาเว็บท่า ซึ่งมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหลัก เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และ 3) เสนอแนะรูปแบบการใช้เว็บท่าไปสู่การทำ e-Commerce ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ประเด็นคำถามในการจัดสนทนากลุ่ม และพัฒนาเว็บท่าโดยใช้เทคโนโลยีเว็บที่รองรับการใช้งานด้วยสมาร์ตโฟน ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวนทั้งสิ้น 70 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วย ค่าร้อยละ มัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ปัจจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา สรุปรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้เว็บท่า ไปสู่การทำ e-Commerce ด้วยรูปแบบ *POPULAR Model* ที่มีการดำเนินการ 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางแผน (Planning) 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) 3) การประกาศให้รับรู้ (Publishing) ในขั้นตอนนี้มีเครื่องมือในการดำเนินการ 2 ประเภท ได้แก่ การทำ Social Commerce และ วิถีโฆษณาแบบดั้งเดิม 4) การสร้างความเข้าใจ (Understanding) 5) ลักษณะเฉพาะ (Lineament) 6) การสร้างความประทับใจ (Appreciation) และ 7) การรักษาลูกค้า (Retention) ทั้งนี้ข้อมูลบนเว็บท่าควรมีองค์ประกอบของข้อมูล 6 องค์ประกอบ (6As) และ คุณลักษณะของเว็บท่า ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะ (7Cs) เมื่อประเมินผลความพึงพอใจต่อเว็บท่าที่พัฒนาขึ้น พบว่า ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้รูปแบบ *POPULAR Model* สามารถใช้เป็นต้นแบบในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดอื่น ๆ ได้

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพัฒนาเว็บท่า โซเชียลคอมเมิร์ซ

Abstract

Nowadays, the internet is an independent choice for travelers in the tourism marketing. Therefore, the important ways to do this are mixed from two main tools. The first, the online marketing or electronic commerce (e-Commerce) using a web site or web portal provide marketing information. The second, the social media is becoming a tool for advertising and public relations. While Nakhon Si Thammarat has an insufficient online media to promote a tourism. In particular, health tourism requires the information which specific, complete and linked relevant services. Therefore, the purposes of this research are to 1) study the ways of the decision to travel using the direct tourism website of Nakhon Si Thammarat province, 2) develop a web portal, which contains an information of health tourism, and 3) suggest the use of web portal to be an e-Commerce to promote the health tourism in Nakhon Si Thammarat. The instruments used in this study were questionnaire, interview, discussion groups, and web portal development using web technology with responsive web technique. Population and sampling used were 400 of the tourists who visiting Nakhon Si Thammarat and 70 of people involved in tourism of Nakhon Si Thammarat. Quantitative analysis was applied using percentage, arithmetic mean, standard deviation, and factor analysis. Qualitative analysis used content analysis. The health tourism promotion model of Nakhon Si Thammarat using the web portal to be e-commerce via **POPULAR** Model consists of the following 7 steps e.g., 1) Planning, 2) Objective, 3) Publishing (via two types of tools e.g. Social Commerce and offline Marketing) 4) Understanding, 5) Lineament, 6) Appreciation, and 7) Retention. Web content should have 6 elements (6As) as well as 7 features (7Cs) of web portal's features. When evaluating the satisfaction of the developed web portal, the average satisfaction level was at the highest level. It can be concluded that the health tourism promotion using the POPULAR Model can be used as a model for promoting health tourism in other provinces.

Keywords: Health Tourism Promotion, Web Portal Development, Social Commerce