รายงานฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย

การสำรวจความพึงพอใจและความภักดีต่อตราของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทยเพื่อการพัฒนากลยุทธ์สู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

A Survey of Satisfaction and Brand Loyalty of Foreign Tourists toward Thai Holistic Wellness Centers for Strategic Development of Thailand as Health Tourism Hub in ASEAN Countries

โดย

ดร.นพ.มโน เมตตานันโท เลาหวาณิช

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งเป็นการบูรณาการผลจากโครงการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง ความพึงพอใจและความภักดีต่อตราของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทย เพื่อการพัฒนากลยุทธ์สู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและ โครงการวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ให้บริการด้านสุขภาพของไทยเพื่อการพัฒนาศูนย์สุขภาพองค์รวมต้นแบบสู่ตลาดอาเซียน

การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาวะ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สุขภาวะ คือ การมีสุขภาพดี มีความรู้สึกเป็นสุข ความสมดุล ความเป็นองค์รวมของ 4 มิติ คือ กาย จิต สังคม ปัญญาหรือจิตวิญญาณ ที่บูรณาการอยู่ในการพัฒนามนุษย์และสังคม เพื่อสร้าง “ความอยู่เย็นเป็นสุข”

แนวคิดสุขภาพองค์รวม (Holistic Wellness) ยังคงเป็นแนวคิดใหม่สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ตรงกันในการตีความขอบเขตของการให้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวม ดังนั้น การให้การจำกัดความแนวคิด “ธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทย” จึงถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการส่งเสริมการขยายธุรกิจสุขภาพองค์รวมและการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการบริการของธุรกิจนี้

จากผลการวิจัยเชิงบูรณาการ พบว่า การพัฒนาธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทย ควรมีการพัฒนาอยู่ภายใต้แนวคิด “ไทยสัปปายะ ทั้ง 7” ซึ่งมีที่มาจากคัมภีร์วิสุทธิมรรค ประกอบด้วย 1. อาวาส คือ ที่อยู่อาศัยที่สบาย ให้ความผ่อนคลาย 2. โคจร คือ อาหารเป็นที่สบาย (คุณภาพ รสชาติ ที่ดีต่อร่างกาย) 3. ที่อยู่อาศัย เป็นที่สบาย (มั่นคง ปลอดภัย สะดวก) 4. ผัสสะ คือการพูดคุ้ยของคนรอบข้างที่ให้ความสบาย 5. อิริยาบถ (นั่ง นอน ยืน เดิน) ที่ให้ความสบาย 6. ปัจจัย 4 เป็นที่สบาย (มีแหล่งอาหาร/น้ำ ที่สะดวกสบาย ไม่ไกลจนเกินไป) และ 7. การเสวนา เป็นที่สบาย (กระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล)

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีแนวทางดังนี้

1. พัฒนา ต่อยอด หาจุดต่าง ให้กับธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว โดยอยู่ภายใต้หลักไทยสัปปายะ ทั้ง 7
2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียนโดยใช้หลักการประสานและแข่งขัน (Coopetition) ในขณะเดียวกัน
3. สร้างต้นแบบธุรกิจสุขภาพองค์รวมในแหล่งท่องเที่ยวหลักโดยชูเอกลักษณ์ความเป็นไทย ผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจให้บริการด้านสุขภาพแบบองค์รวมโดยการยกระดับมาตรฐานการบริการให้เป็นสากลและส่งเสริมจรรยาบรรณอันดีของผู้ให้บริการด้านสุขภาพแบบองค์รวม

คำสำคัญ: ธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Abstract

The objective of this study is to present a strategy for development of holistic health care centers for the country to serve as wellness hub for ASEAN market. The research is based on integrative outcome from the quantitative study on satisfaction and brand loyalty of foreign tourists to wellness service business for ASEAN Economic Community. This study is a qualitative study that focuses on the facilitating factors that contribute to the success of the wellness business to develop the original model of holistic wellness centers in Thailand suitable for the ASEAN market.

Health Tourism is a phenomenon wherein foreigners travel to visit another country for health treatment from healthcare institutions and foreign tourists who travel to other country for wellness service, such as health check, dental care and aesthetic surgery. This also includes typical tourists who travel to a destination and patronize any type of alternative medicine, e.g. traditional Thai massage, oil massage, hydrotherapy for Wellness.

Therefore, wellness tourism is regarded as a subcategory of health tourism. Wellness is defined as a state of health featuring the harmony of body, mind and spirit, with self-responsibility, physical fitness/beauty care, healthy nutrition/diet, relaxation (need for de-stressing)/meditation, mental activity/education and environmental sensitivity/social contacts as fundamental elements. This understanding includes what Americans also call mind/body health, meaning that the mind helps control one's health (Mueller & Kaufmann, 2001).

Thus, for the development of Thailand to become the Health Tourism Hub of ASEAN Countries, the following strategic plans should be implemented:

1. Seek to develop, strengthen and differentiate Thai holistic wellness that reflects Thai culture or "Thainess" by emphasizing the "Thai Sappaya" as the core concept.
2. Positioning Thai holistic wellness concept to the ASEAN stakeholders by emphasizing "Coopetition" meaning collaboration and competition at the same time.
3. Setting marketing strategies for key tourist destinations to reflect "point of differences" as well as "point of parities" of each destination.
4. Focusing on quality dimension of Thai wellness service by having benchmark for quality check point, standard qualification endorsement and issuing specific certification for Thai holistic wellness businesses.

Keywords: Thai Holistic Wellness Centers, Health Tourism Hub, ASEAN Countries