

การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช

Development of Health Tourism Promotion Model of Nakhon Si Thammarat Province

พวงรัตน์ จินพล*

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

*e-mail: jpuangrat@gmail.com

Received: April 20, 2019

Revised: May 23, 2019

Accepted: June 11, 2019

Puangrat Jinpon

Information Technology and Educational Media Center, Southern College of Technology

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้เว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรง (2) พัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหลัก เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และ (3) เสนอแนะรูปแบบการใช้เว็บไซต์ไปสู่การทำ e-Commerce ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ประเด็นคำถามในการจัดสนทนากลุ่ม และพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้เทคโนโลยีเว็บที่รองรับการใช้งานด้วยสมาร์ตโฟน ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวนทั้งสิ้น 70 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วย ค่าร้อยละ มัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ปัจจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้เว็บไซต์ ไปสู่การทำ e-Commerce ด้วยรูปแบบ POPULAR Model ที่มีการดำเนินการ 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางแผน 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ 3) การประกาศให้รับรู้ ในขั้นตอนนี้มีเครื่องมือในการดำเนินการ 2 ประเภท ได้แก่ การทำ Social Commerce และวิธีโฆษณาแบบดั้งเดิม 4) การสร้างความเข้าใจ 5) ลักษณะเฉพาะ 6) การสร้างความประทับใจ และ 7) การรักษาลูกค้า ทั้งนี้ ข้อมูลบนเว็บไซต์ควรมีองค์ประกอบของข้อมูล 6 องค์ประกอบ (6As) และ คุณลักษณะของเว็บไซต์ ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะ (7Cs) เมื่อประเมินผลความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น พบว่า ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้รูปแบบ POPULAR Model สามารถใช้เป็นต้นแบบในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดอื่น ๆ ได้

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพัฒนาเว็บไซต์ โซเชียลคอมเมอร์ซ

Abstract

This research aimed to (1) study the ways of decision-making 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 tourists who visiting Nakhon Si Thammarat and 70 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

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ (Phenomenon) ที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศต่างกำลังให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น การกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผลักดันกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ไว้ด้วย (Foris, 2014)

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม เพื่อสร้างความสมดุลทั้งร่างกายและจิตใจ (Gee & Fayos, 1997; Ardell, 1982; Carrera & Bridges, 2006) มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว จากรายงานของ Global Wellness Institute (GWI) (2018) ระบุว่า ในปี ค.ศ. 2017-2022 ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยปีละ 7.5% เร็วกว่าการขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยรวม ซึ่งมีอัตราเฉลี่ยปีละ 6.4% และคาดการณ์ว่า จะเกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพคิดเป็น 919.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ

ในปี ค.ศ. 2022 เพิ่มจากปี ค.ศ. 2017 ซึ่งมีรายได้คิดเป็น 639.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ เมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตแบ่งตามภูมิภาค พบว่า กลุ่มเอเชียแปซิฟิก มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยรายปีสูงสุด คือ 13% ค่าใช้จ่าย 136.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ เป็นลำดับที่ 3 รองจากภูมิภาคอเมริกาเหนือ (241.7) และ ยุโรป (210.8) จากการจัดอันดับประเทศที่มีการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทั่วโลก ในปี ค.ศ. 2017 ของ GWI (2018) ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 13 ของโลก โดย 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และสาธารณรัฐประชาชนจีน ทั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ มีรายได้ปานกลาง ถึง สูง มีการศึกษาดี มีระยะเวลาพำนักราน มีการใช้จ่ายสูง (Thansettakij, 2016; TCDC, 2018)

ประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) (Royal Thai Government Gazette, 2018) และประกาศเป็นแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) (Royal Thai Government Gazette, 2019) โดยระบุให้การท่องเที่ยวอยู่ในยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ตอนบน ซึ่งประกอบด้วย 7 จังหวัด ได้แก่ กระบี่ ชุมพร นครศรีธรรมราช ระนอง ภูเก็ต พังงา และ สุราษฎร์ธานี ทั้ง 7 จังหวัด ล้วนมีศักยภาพ แต่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จากสถิตินักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในภาคใต้ตอนบน ในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 26.3 ล้านคน จังหวัดนครศรีธรรมราชมีนักท่องเที่ยวประมาณ 2.5 ล้านคน (ร้อยละ 9.7) และจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวเดือนเมษายน พ.ศ. 2560 พบว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีนักท่องเที่ยวจำนวน 392,030 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 (ร้อยละ 5.63) เป็นชาวไทย 388,069 คน และชาวต่างชาติ 3,961 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2017) นอกจากนี้ จังหวัดนครศรีธรรมราชได้รับการจัดให้อยู่ในกลุ่มท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด (Ministry of Tourism and Sports, 2017) ซึ่งได้รับการส่งเสริมอย่างดีจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และจังหวัดเองก็มีการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเช่นกัน (Nakhon Si Thammarat Provincial Office, 2017)

การส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวยังต้องอาศัยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสม ซึ่งปัจจุบันการจัดการข้อมูลและการนำเสนอข่าวสาร เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้บริการการท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายวิธี โดยเฉพาะการทำตลาดออนไลน์ (Online Marketing) หรือ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce: e-Commerce) (Ratchakool, 2014) เนื่องจากอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นทางเลือกที่มีอิสระแก่นักท่องเที่ยวในตลาดการท่องเที่ยว (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod, 2009) กอปรกับปริมาณผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (We Are Social, 2019) โดยเพิ่มขึ้นเป็น 4.437 พันล้านคนทั่วโลก (ร้อยละ 66) ขณะที่ผู้คนส่วนใหญ่นิยมใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือมากถึง 4.031 พันล้านคน และนิยมใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Medias) มากถึง 3.499 พันล้านคน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีอิสระในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวจากช่องทาง การจัดจำหน่ายที่มีอยู่มากมายทั่วโลก จนทำให้ปริมาณความต้องการใช้งานสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ มีเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมาก

ขณะที่การจัดทำเว็บไซต์ (Web Site) เพื่อการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวดำเนินงานโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น เว็บไซต์หลักของประเทศไทยพัฒนาโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (<http://www.tourismthailand.org>) ส่วนใหญ่จะเป็นการให้เนื้อหาสาระเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นรายจังหวัด (Destination Guide) เป็นการนำเสนอข้อมูลในภาพรวม ขาดข้อมูลที่เจาะลึกเฉพาะพื้นที่ โดยเฉพาะข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว

เชิงสุขภาพ เมื่อนักท่องเที่ยวมีข้อมูลอันเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้อย ทำให้ไม่สามารถรับรู้ได้ถึงความโดดเด่นอันเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จึงทำให้ไม่น่าสนใจ ไม่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ ถึงแม้ว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชจะเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายเหมาะสมที่จะร้อยเรียงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างมากก็ตาม

นอกจากนี้ ยังพบว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น e-Brochure และเว็บไซต์ เป็นต้น ที่นำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในขณะนี้ ยังขาดข้อมูลที่ดึงดูดใจ และขาดเว็บท่า (Web Portal) ที่เป็นตัวเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมศึกษาข้อมูลเพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยศึกษาจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์และเว็บไซต์ เว็บท่า เป็นหลักมากยิ่งขึ้น เมื่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีอยู่ไม่น่าสนใจ ไม่ทันสมัย รูปแบบการนำเสนอ ขาดข้อมูลเชิงลึก ขาดเว็บท่าที่นำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีการเชื่อมโยง ส่งต่อข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูล จึงไม่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ แม้ว่า ททท. จะมีเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะแล้วก็ตาม (<https://thailandmedtourism.tourismthailand.org>) แต่ยังไม่มียังไม่มีข้อมูลของจังหวัดนครศรีธรรมราชอยู่เลย นอกจากนี้ยังพบว่า มีรายงานการวิจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวน้อยมาก ทำให้จังหวัดยังไม่มีสื่อออนไลน์เพียงพอที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลเฉพาะทางในการดูแลบำบัดรักษาสุขภาพตนเองไม่ว่าจะเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ก็ตาม

ดังนั้น การวิจัยเชิงลึกเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาสนับสนุน เพื่อให้เกิดเว็บท่าที่สามารถเชื่อมโยง ส่งต่อข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ ในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ โดยเฉพาะการส่งเสริมโดยใช้เทคนิค Social Commerce (Hajli, 2013; Stream Magento Team, 2016) ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้ง่ายขึ้น ดังนั้น การศึกษาวิจัยเชิงลึก เรื่อง “การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช” จะทำให้ได้ข้อมูลที่แสดงความพร้อมทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาสุขภาพ ปัจจัย ลักษณะการตัดสินใจที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้เว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรง การพัฒนาเว็บท่าซึ่งให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหลัก และการเสนอแนะรูปแบบการใช้เว็บท่าไปสู่การทำ e-Commerce

ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสนับสนุนให้จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้เว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรง
2. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ (Web Portal) ซึ่งมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหลัก เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อเสนอแนะรูปแบบการใช้เว็บไซต์ไปสู่การทำ e-Commerce ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และมีการสังเคราะห์เพื่อเสนอรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่เหมาะสม

แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้เว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชและแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช เก็บข้อมูลแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเรื่อง “การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดนครศรีธรรมราช” กับประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในช่วงฤดูการท่องเที่ยวระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2560 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นจริงในแต่ละพื้นที่

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดนครศรีธรรมราช” สัมภาษณ์ในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2560 กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 15 คน ได้แก่ (1) กลุ่มผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ปฏิบัติงานตรงในการกำกับ ดูแล ถ่ายทอด นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยว

สู่การปฏิบัติ โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 5 คน (2) บุคลากรในสถานประกอบการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีหน้าที่โดยตรงเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 5 คน และ (3) นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์และคุณลักษณะที่ต้องการให้มีในเว็บไซต์เพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยสัมภาษณ์ความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มในประเด็นหลัก คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และ คุณลักษณะในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ต้องการให้มีในเว็บไซต์

การวิจัยระยะที่ 2 เป็นการพัฒนาเว็บไซต์ และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ โดยสังเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยระยะที่ 1 มาใช้ในการพัฒนาและทดลองใช้ หลังจากนั้น จึงประเมินความพึงพอใจต่อการใช้เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น รวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้ และจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ทรงคุณวุฒิ มีรายละเอียดดังนี้

1. แบบวัดระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้เว็บไซต์ ใช้กลุ่มตัวอย่างเลือกแบบเจาะจง จำนวน 50 คน ได้แก่ (1) กลุ่มผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ปฏิบัติงานตรงในการกำกับ ดูแล และถ่ายทอด นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 10 คน และ (2) บุคลากรในสถานประกอบการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีหน้าที่โดยตรงเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว หรือมีความรู้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 40 คน

2. การสนทนากลุ่ม ใช้กลุ่มตัวอย่างเลือกแบบเจาะจง จำนวน 15 คน ได้แก่ (1) กลุ่มผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ปฏิบัติงานตรงในการกำกับ ดูแล และถ่ายทอด นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 5 คน (2) บุคลากรในสถานประกอบการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีหน้าที่โดยตรงเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 5 คน และ (3) นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 5 คน โดยมีประเด็น

ในการสนทนากับแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช

3. การพัฒนาเว็บไซต์ โดยใช้เทคโนโลยี Web-based ประกอบด้วย (1) ระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL (2) ภาษาในการพัฒนา เช่น PHP และ Java Script เป็นต้น (3) ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว เช่น Google Maps, API เป็นต้น และ (4) โปรแกรมช่วยจัดทำ Social Commerce การตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของเครื่องมือทุกชิ้น กระทำดังนี้

1. เครื่องมือเชิงปริมาณ ใช้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ในการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 และนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจแก้ไขไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้ในการวิจัยจริง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.97

2. เครื่องมือเชิงคุณภาพ โดยหัวหน้าโครงการวิจัย ใช้การบันทึกเสียงร่วมกับการจดบันทึกข้อความสำคัญในการสนทนา และพฤติกรรมที่สังเกตได้ในขณะการสนทนา โดยมีผู้ช่วยวิจัยจำนวน 2 คน รวมถึงการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์กับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อยืนยันความถูกต้องของผลสรุปในการวิจัยจากการศึกษาต่างชนิดกัน (Triangulation)

การเก็บข้อมูลการวิจัย ทั้ง 2 ระยะ สรุปได้ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามการเก็บข้อมูลแบบตัดขวาง (Cross-Sectional Approach) ในระยะที่ 1 เก็บข้อมูลระหว่าง เดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม 2560 หัวหน้าโครงการและผู้ช่วยวิจัยได้ออกเก็บข้อมูลในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชทั้ง 23 แหล่ง ที่กระจายอยู่ทั่วพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราช และในระยะที่ 2 เก็บข้อมูลระหว่างเดือนเมษายน 2561 โดยจัดเก็บหลังจากได้แนะนำกลุ่มตัวอย่างให้รู้จักและกำหนดเวลาให้ทดลองใช้เว็บไซต์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้น

2. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ในระยะที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยหัวหน้าโครงการและผู้ช่วยวิจัยได้ออกสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักตามแผนที่วางไว้ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิ การสัมภาษณ์จะเป็นการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวเพื่อผู้ให้สัมภาษณ์สามารถเปิดเผยข้อมูลได้อย่างอิสระ เวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ประมาณ

60 - 90 นาที ขึ้นอยู่กับจำนวนข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น (Data Saturation) ในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะบันทึกประเด็นสำคัญ และใช้เครื่องบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล โดยมีกำหนดรหัสผู้ให้สัมภาษณ์แทนการระบุชื่อ-นามสกุล เพื่อให้เป็นไปตามจริยธรรมการดำเนินการวิจัยในมนุษย์ ในระบบสากล และในระยะที่ 2 ใช้การทำ Focus Group ในกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการ เพื่อให้มีความเห็นในการใช้เว็บไซต์ไปสู่การทำ e-Commerce โดยจัดเก็บหลังจากการนำเสนอรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยการใช้ เว็บไซต์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มตัวอย่างได้ทดลองใช้เว็บไซต์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้น ผ่านการจัดประชุมเพื่อการวิพากษ์การวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูล กระทำดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จะใช้การหาค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อบรรณาค่าร้อยละ (Percentage) มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ในส่วนความคิดเห็นที่ใช้แบบสอบถามชนิดปลายเปิด จะใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่ของความคิดเห็น รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การแปลผลข้อมูล: เกณฑ์ และการให้ความหมาย

1. กำหนดอักษรย่อแสดงกลุ่มของผู้ให้สัมภาษณ์ดังนี้

E (Executive) หมายถึง ผู้บริหารของหน่วยงานในจังหวัดนครศรีธรรมราช

S (Staff) หมายถึง บุคลากรในสถานประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราช

A (Academic) หมายถึง นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ

2. กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย โดยแบ่งระดับของการช่วยตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพื่อการแปลผลเป็นค่าช่วงชั้น 6 ระดับ ดังนี้ 0.00 - 0.83 ไม่มีส่วน 0.84 - 1.66 น้อยที่สุด 1.67 - 2.49 น้อย 2.50 - 3.32 ปานกลาง 3.33 - 4.15 มาก และ 4.16 - 5.00 มากที่สุด

ส่วนค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจต่อการใช้เว็บไซต์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้น เพื่อการแปลผลมีดังนี้ 0.00 - 0.83 ไม่พอใจ, 0.84 - 1.66 น้อยที่สุด, 1.67 - 2.49 น้อย, 2.50 - 3.32 ปานกลาง, 3.33 - 4.15 มาก, และ 4.16 - 5.00 มากที่สุด

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยที่ได้ตามวัตถุประสงค์ มีดังนี้

1 การศึกษาลักษณะการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้เว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรงที่กำหนดไว้ 4 เว็บไซต์ ได้แก่

(1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช (<http://thai.tourismthailand.org/เกี่ยวกับประเทศไทย/ปลายทาง/นครศรีธรรมราช>)

(2) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช (<http://www.mots.go.th/nakornsri/> และ <http://www.nakhonsiawesome.com/2015.2>)

(3) ศาลากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช (http://www.nakhonsithammarat.go.th/web_52)

(4) เทศบาลนครนครศรีธรรมราช (<http://www.nakhoncity.org>)

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราชในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นชาวไทย มีชาวต่างประเทศเพียงเล็กน้อย (1%) มีอายุระหว่าง 19 - 36 ปี (39.75%) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่ม Generation Y หรือ Millennials มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (51%) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานของภาครัฐและภาคเอกชน (46.5%) มีรายได้ไม่เกิน 25,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาในจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน โดยเดินทางมากับเพื่อน หรือครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนตัว นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนสิงหาคม - พฤศจิกายน เดินทางมาเที่ยวไม่บ่อยนัก 2-3 เดือนต่อครั้ง ชอบท่องเที่ยวภายในวันเดียว (One Day Trip) มากถึงร้อยละ 62.25 รองลงมา คือ ท่องเที่ยวระหว่าง 2-5 วัน ร้อยละ 36.25 ซึ่งคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่พักแรมที่โรงแรมและรีสอร์ท ชอบท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเลและชายหาด และภูเขาและน้ำตก และมีความสนใจที่จะมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3 ลักษณะการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวและตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวและตัดสินใจท่องเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ (57.75%) อ่านข้อมูลด้วยสมาร์ทโฟน (Smart Phone) (57%) โดยใช้โปรแกรม Chrome (39.75%) เป็นโปรแกรมในการอ่านข้อมูลบนเว็บ (Web Browser) ช่องทางออนไลน์ที่ใช้เพื่อการรับรู้และตัดสินใจท่องเที่ยวบ่อยที่สุด คือ Facebook รองลงมา คือ เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และส่วนใหญ่

ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรง

1.4 ประสพการณ์ในการใช้งานเว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรง ของนักท่องเที่ยวที่เคยใช้งาน ส่วนใหญ่เลือกใช้งานและอ่านข้อมูลจากเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช (89.89%) โดยประทับใจเรื่องของการใช้รูปภาพเพื่อสื่อถึงแหล่งท่องเที่ยว (20%) และข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ (14.90%) ส่วนปัญหาที่พบบ่อย คือ ข้อมูลและรูปภาพมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจ (24.54%)

2. การพัฒนาเว็บท่า (Web Portal) ซึ่งมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหลัก เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

นำข้อมูลลักษณะการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และคุณลักษณะของเว็บท่าเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ มาวิเคราะห์ออกแบบ และพัฒนาเว็บท่าโดยใช้เทคโนโลยีเว็บเป็นหลัก ใช้เทคนิคการเขียนโปรแกรมแบบ Responsive Web เพื่อให้รองรับการเปิดอ่านข้อมูลด้วยมือถือสมาร์ทโฟน เรียกดูเว็บท่าได้ที่ wellnessnakhon.sct.ac.th (รูปที่ 1) โดยใช้สโลแกนเว็บท่าที่สั้น จำง่าย คือ “สุขดี ที่นี้เมืองคอน” รายละเอียดการพัฒนาเว็บท่า มีดังนี้

2.1 ข้อมูลบนเว็บท่ามี 6 องค์ประกอบของข้อมูลสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Critical Success Factors of Health Tourism Promotion: 6As) ดังนี้

(1) ดึงดูดใจด้วยแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่หลากหลายของจังหวัดนครศรีธรรมราช (Attraction Information) การพัฒนาเว็บท่า ได้คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 24 แหล่ง จาก 23 อำเภอทั่วทั้งจังหวัด โดยใช้เกณฑ์กำหนดพื้นที่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3 เกณฑ์ คือ (1) รูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพที่สอดคล้องกับรูปแบบของไทย และสากล (2) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครศรีธรรมราช และ (3) มีองค์ประกอบของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดี แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็น 6 ประเภท คือ (1) แหล่งทางธรรมชาติ (2) ศาสนสถาน (3) แหล่งศิลปวัฒนธรรม (4) วิถีชีวิตของคนในชุมชน (5) แหล่งจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ และ (6) สถานบริการเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ

เพื่อสร้างความโดดเด่นในการใช้ภาษาที่แตกต่างจากทั่วไป จึงกำหนดเมนูตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้ชื่อเมนู ดังนี้ (1) แหล่งธรรมชาติ (2) ศาสนสถาน (3) รับรู้เรื่องราววันวาน (4) เบิกบานผ่านวิถีชีวิต (5) ถูกจริตอาหารได้ และ (6) ผ่อนคลายได้สุข นำเสนอเป็นเมนูย่อยในหน้าหลัก (Home

Page) (รูปที่ 1) และเมนูย่อยในเมนูหลักเป็นชื่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีการสร้างสัญลักษณ์หมุดปักบน Google Maps ตามประเภท เพื่อสะดวกต่อการวางแผนเดินทาง (รูปที่ 2) นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอรายละเอียดที่โดดเด่นของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวแบบเชิงลึก (รูปที่ 3)

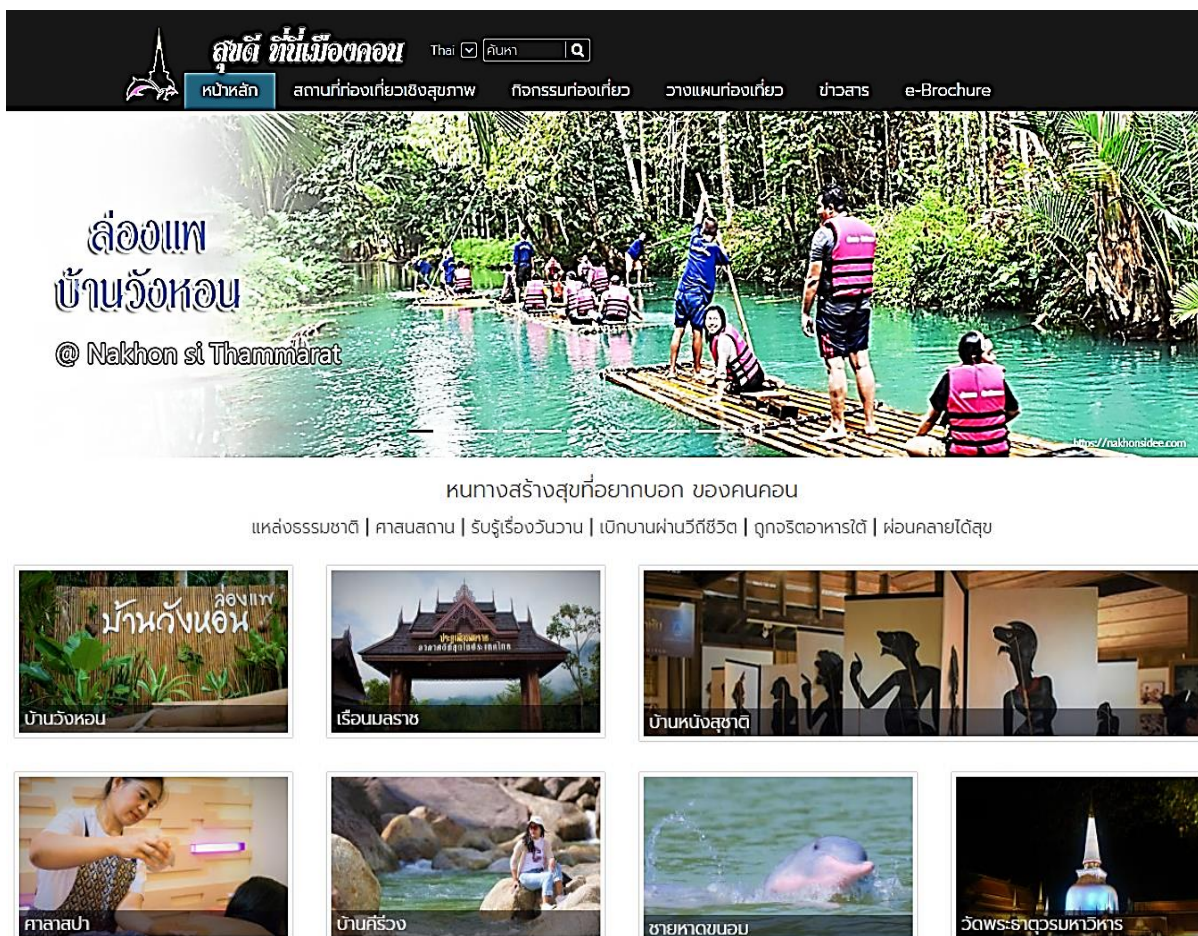
(2) เข้าถึงได้สะดวกและมีการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility Information) คือ มีข้อมูลการเดินทางครบถ้วน นำเสนอข้อมูลวิธีการเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดนครราชสีมา ในหลายวิธีในรูปแบบ Infographic เพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว ได้สนใจอ่านมากขึ้น นอกจากนี้ยังนำเสนอวิธีการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วย

(3) เสริมส่งด้วยกิจกรรมอันโดดเด่น (Activity Information) คือ มีข้อมูลกิจกรรมและบริการที่โดดเด่นแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น กระโดดคลอง ล่องแพ ข่าน้ำชีว ๆ ที่บ้านวังหอน เป็นต้น เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยว เพราะไม่อยากพลาดการทำกิจกรรมที่เป็นหนึ่งเดียวหรือมีความโดดเด่น ซึ่งไม่สามารถไปทำกิจกรรมและสัมผัสบรรยากาศแบบนี้ได้จากแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอื่น นำเสนอไว้ในแต่ละเพจของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น “อุทยาน

แห่งชาติเขาหลวง: ผจญภัย สัมผัสธรรมชาติและผืนป่า ท่องหลังคาแดนใต้” นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเส้นทางแนะนำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีตัวอย่างในการเปรียบเทียบและประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ตัวอย่างที่แนะนำการท่องเที่ยว และวิดีโอแนะนำการท่องเที่ยวแสดงไว้ในหน้าหลัก

(4) แนะนำเน้นความปลอดภัย (Assurance Information) คือ มีข้อมูลแนะนำด้านความปลอดภัยและการขอความช่วยเหลือ มีข้อมูลการท่องเที่ยวและใช้บริการต่าง ๆ อย่างไรให้ปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนักแก่นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวและใช้บริการอย่างปลอดภัยมากที่สุด รวมถึงการขอความช่วยเหลือกรณีพบปัญหาทั้งจากการท่องเที่ยวและการใช้บริการ

(5) ได้ใจเพราะสะดวกสบาย (Amenity Information) คือ มีข้อมูลบริการที่จำเป็นในการท่องเที่ยวและพักผ่อน แบ่งรายละเอียดการนำเสนอออกเป็น (1) กิจกรรมต้องลอง (2) เรื่องของท้องปาก (3) ของฝากเหนอแนะ (4) มุมแชะชอบนัก (5) ที่พักพาเพลิน (6) เดินทางสะดวก และ (7) พรรถพวกทัวร์



บุ๋มดีๆ ที่อยากบอก ของคนคอน

กิจกรรมต้องลอง | เรื่องของท้องปาก | ของฝากเหินแยะ | นุญชะชอบซัก | ที่พักรพเพลิน | เดินทางสะดวก | พรรคพวกทัวร์



วางแผนการเดินทาง

กรุ๊ปท่องเที่ยว

ที่พัก

ทัวร์

ระยะเวลาท่องเที่ยว

วันเดินทาง

เทศกาล ประเพณี

กิจกรรมท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว

ทั้งหมด

เริ่ม

วว/ดด/ปปปป

ถึง

วว/ดด/ปปปป

ค้นหาทริปท่องเที่ยว

คุยเฟื่องเรื่องเที่ยวเมืองคอน



เที่ยวไทยแท้ The Series : #ทริปล้างใจ



ชีวิตกับสายน้ำที่ปากพนัง โซนี่ โซติส



ปั่นรอบสายน้ำ บ้านศรีวัง



อาชีพเที่ยวนครศรีธรรมราช

- [CR]#วันเดียวเที่ยวนครฯ :: เรื่องเล่าจากนครศรีธรรมราช เมืองต้องห้ามพลาด!
- [CR]รีวิวทริปแบกเป้ ล่องล่อง ไปท่องเที่ยวเมืองคอน (ทริป 3 วัน 2 คืน ที่ขึ้นต้นมาก ลางธรรมชาต)
- [CR]3สาวแบกเป้เที่ยวนครฯ นอกบริเวณทะเล-ดูภูเขา-เที่ยวน้ำตก-สไลว์ไลฟ์ในตัวเมือง ครบทุกอารมณ์ 5 วัน 5 คืนเอาอยู่!
- [CR]เที่ยวตามรอยเส้นทางโครงการ พระราชดำริประสูติพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว นครศรีธรรมราช กับแม่ประยอมกันนะ
- [CR]รีเชิดบอด กอด "ศรีวัง" หมู่บ้านอากาศดีที่สุดในไทย

- [SR]เที่ยวเมืองคอน (นครศรีธรรมราช)
- [SR]กิน เที่ยว ชิวๆ ที่เมืองคอน นครสองธรรม-นครศรีธรรมราช ๑ ใน ๑๒ เมือง ต้องห้ามพลาด
- [SR]ขับรถเที่ยวเล่น 3 วัน 2 คืน ตัวเมืองนครศรีธรรมราช ถึงบ้านศรีวัง ท่องเที่ยว สูดกลิ่นดีดินผืนวันธรรมดา
- [SR]แม่ประยอมชวนเที่ยว นครศรีธรรมราช นครสองธรรม 1 ใน 12 เมืองต้องห้าม พลาด กันจ้ะ
- [SR]เที่ยวงานประเพณีสารทเดือนสิบ นครศรีฯ นี่แห่งสุดยิ่งใหญ่

ข้อมูลเพิ่มเติม

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Youtube
- Google+
- ประเมินความพอใจต่อเว็บไซต์
- ติดต่อสอบถาม
- สายด่วนสำหรับนักท่องเที่ยว
- นโยบายการรักษาข้อมูล
- เกี่ยวกับเว็บไซต์
- ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน นครศรีธรรมราช
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด นครศรีธรรมราช
Nakhonsiawesome.com
ศาลากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช
เทศบาลนครนครศรีธรรมราช

กกท. สำนักงานนครศรีธรรมราช 075-346515-6, 075-358393
ศูนย์บริการข่าวสารท่องเที่ยว กกท. 1672
1155 ตัวเมืองท่องเที่ยว
©Wellnessnakhon 2017

รูปที่ 1 หน้าหลัก (Home Page) ของเว็บทำ

(6) ปิดท้ายให้ประทับใจ (Appreciation Information) คือ มีข้อมูลการติดต่อหลายช่องทาง ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยวและผู้ดูแลการให้บริการ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการจองเพื่อการใช้บริการ ข้อมูลขั้นตอนการซื้อ และการรับประกันเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่แหล่งท่องเที่ยว จัดสรรไว้ให้นักท่องเที่ยว รวมถึงข้อมูลการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะสร้างความประทับใจด้านข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยว เช่น หน้าของแหล่งท่องเที่ยว หน้าการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ โดยมีทั้งช่องทางการสื่อสารผ่านโทรศัพท์ เว็บไซต์ Facebook และ Messenger ซึ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้อ่าน ในการคลิกจากลิงก์ จากนั้นระบบจะส่งข้อมูลและเปิดหน้าลิงก์ปลายทางให้ (รูปที่ 4) นอกจากนี้ยังมีการเสนอช่องทางสื่อสารหลากหลายช่องทางไว้ในหน้าสุดท้ายของ e-Book โดยเฉพาะสื่อออนไลน์บน Social Medias เช่น Facebook, Instagram และ YouTube เป็นต้น รวมถึงสัญลักษณ์ QR Code ที่ผู้ใช้สามารถอ่านด้วยมือถือเพื่อยิงไปยังหน้าเว็บทำได้เลย

2.2 คุณลักษณะของเว็บทำไปสู่การทำ e-Commerce ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะ (Web Portal's Features of Health Tourism Promotion: 7Cs) ดังนี้ (1) เนื้อหา (Content) ที่ต้องมียอดประกอบของข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามทฤษฎี 6As (2)เสน่ห์น่าหลงใหล (Charming) (3) ความสะดวกสบาย (Convenience) (4) การพาณิชย์ (Commerce) (5) การสนทนา (Conversation) (6) การเชื่อมโยง (Connection Social Medias) และ (7) ชุมชน (Community)

3. การเสนอแนะรูปแบบการใช้เว็บทำไปสู่การทำ e-Commerce ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครราชสีมา สรุปได้ดังนี้

3.1 รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้เว็บทำไปสู่การทำ e-Commerce ประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินการ 7 ขั้นตอน (POPULAR Model) (รูปที่ 5) ดังนี้ (1) การวางแผน (Planning)

(2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) (3) การประกาศให้รับรู้ (Publishing) โดยใช้เครื่องมือ 2 ประเภท ได้แก่ การทำ Social Commerce และ วิถีโฆษณาแบบดั้งเดิม (Offline Advertising) (4) การสร้างความเข้าใจ (Understanding) (5) ลักษณะเฉพาะ (Lineament) (6) การสร้างความประทับใจ (Appreciation) และ (7) การรักษาลูกค้า (Retention) ซึ่งเป็นการสรุปภาพรวมขั้นตอนที่มีใช้อยู่ในการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบัน ควบรวมการใช้เครื่องมือสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทั้งแบบดั้งเดิม และออนไลน์

3.2 การจัดการอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครราชสีมา ที่รองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน ประกอบด้วย 5 ส่วนที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ส่วนกลาง หรือการตลาดและการเดินทาง (Marketing and Transportations) เป็นภาพแสดงศูนย์กลางการเชื่อมโยงระหว่างส่วนต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครราชสีมา ที่รองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน ซึ่งด้านอุปสงค์ (Demand) ด้านอุปทาน (Supply) และด้านการสนับสนุนผ่านการเชื่อมโยงเครือข่าย ต้องใช้รูปแบบการตลาดและการเดินทางเป็นตัวประสานกลาง

ส่วนที่ 2 ด้านอุปสงค์ (Demand) แสดงถึง นักท่องเที่ยว ที่มีความต้องการการท่องเที่ยวและบริการ โดยจะใช้แนวคิดในการศึกษานักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ด้านอุปทาน (Supply) แสดงถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ด้านการเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการทำงานร่วมกันของหน่วยงานต่าง ๆ แบบภาคีเครือข่าย

ส่วนที่ 5 ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) เป็นส่วนที่ส่งผลกระทบต่อทุกด้านเมื่อมีเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงในด้านสิ่งแวดล้อม แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งแวดล้อมภายในจังหวัด ได้แก่ สภาพสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยีภูมิประเทศ และภูมิอากาศ และ 2) ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกจังหวัด ซึ่งเป็นปัจจัยที่สร้างและผลักดันให้เกิดการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ


สวัสดี ที่น้เมืองคอน
Thai

[หน้าหลัก](#)
[สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ](#)
[กิจกรรมท่องเที่ยว](#)
[วางแผนท่องเที่ยว](#)
[ข่าวสาร](#)
[e-Brochure](#)

หน้าหลัก > สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

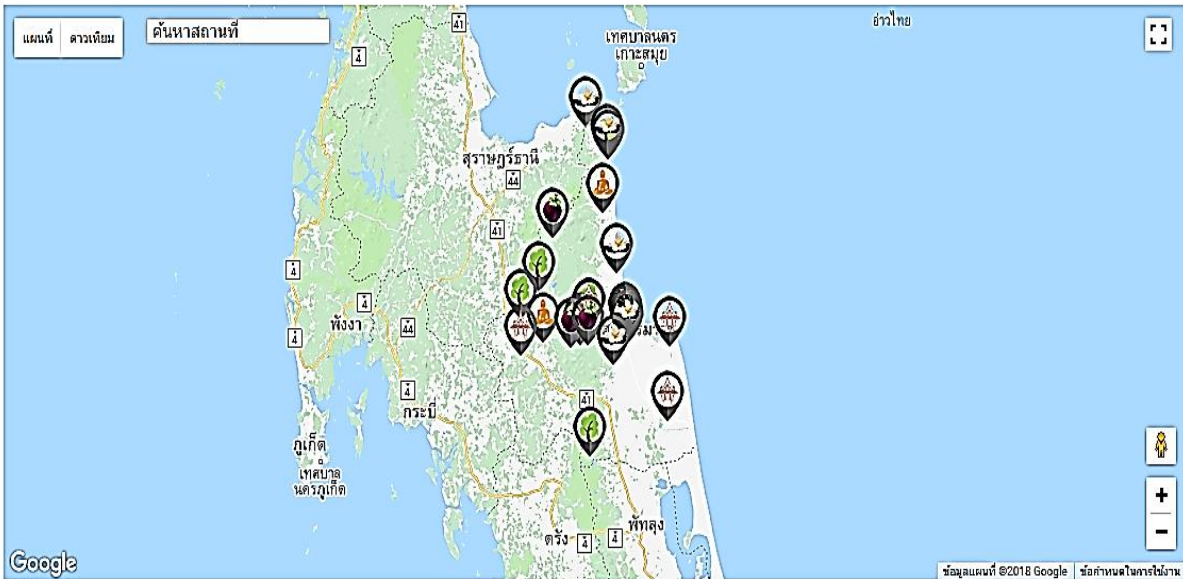








- บ้านศรีวัง
- บ้านวังหอม
- อุทยานแห่งชาติเขาลวก
- อ่างเก็บน้ำกะกูน
- ชายหาดขบอม
- เมืองปากพอง
- เขาคูขี้
- ไร่เกษตรสุข Organic Farm
- บ้านไร่จายเขาพาริม
- วัดพระธาตุพนมหาร
- วัดธาตุน้อย
- ไร่ไร่ วัดเจดีย์
- สำนักวิปัสสนากรรมฐานวัดชายน
- พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
- เครื่องดนตรีดนตรี
- บ้านนังสุชาติ
- หน้าไพรวัลย์
- เรือนผัดกุด
- เรือนนาราย
- ศาลาสา
- ต้นธารศรีธรรมราช
- อ่าวศรีธรรมราช
- สวนศรีธรรม
- ศูนย์แพทย์แผนไทยวัด
- ศาลาไม้ชัย



ค้นหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเมืองสิเกอร์ด้วยแผนที่

ข้อมูลเพิ่มเติม

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Youtube
- Google+
- ประเมินความพอใจเว็บไซต์

ติดต่อสอบถาม

- สายด่วนสำหรับนักท่องเที่ยว
- นโยบายการรักษาข้อมูล
- เกี่ยวกับเว็บไซต์
- ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช

- นครศรีธรรมราช
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด
- นครศรีธรรมราช
- Nakhonsiawesome.com
- ศาลากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช
- เทศบาลนครนครศรีธรรมราช

กกท. สำนักงานนครศรีธรรมราช 075-346515-6, 075-358393
ศูนย์บริการข่าวสารท่องเที่ยว กกท. 1672
1155 ตำบลท่องเที่ยว
©Wellnessnakhon 2017

รูปที่ 2 เมนูสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



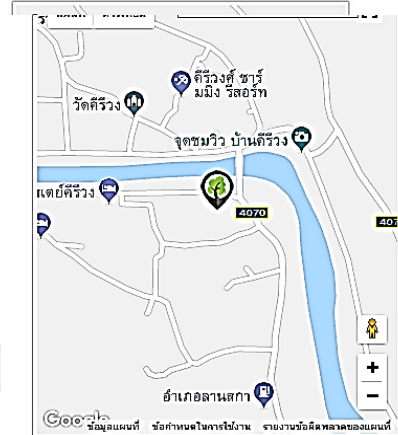
หน้าหลัก > สถาบันที่กองเกี่ยวเชิงสุขภาพ > แหล่งธรรมชาติ > บ้านคีรีวง

บ้านคีรีวง

๖. ต้มดำให้จ้ำปอด ในอ้อมกอดแห่งขุนเขาและลำธาร



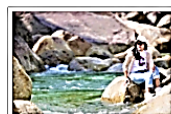
Share this page



1 กิจกรรมต้องลอง

 **ต้นตำหรับชาต้นริสกร์และพวงกุ้ย** สดจากชาต้นริสกร์ที่สดในประเทศไทย ชมก๊วกฮุนก๊วกที่สำราญและแบบที่อบอุ่น

หมู่บ้านโ้ว ที่มีวีรกรรมนาคาเป็นกันเองให้เข้าเพื่อป็นชมธรรมชาติอันงดงามดั่งภาพวาด



๑ **ชมศิลปวัฒนธรรมและชื่อของที่ระลึก** ชมพระอุโบสถและบ้านที่ประสพกับมหาอภินิหาร ซึ่งชาวบ้านได้อนุรักษ์ไว้เป็น

อนุสรณ์สถาน และข้อหาผลิตภัณฑ์ที่สุมไฟจากมังกุด และสุมไฟอื่น ๆ โดยเฉพาะ สัมแบก ที่ชาวบ้านเรียกว่า สัมกับดาร์ มีรสเปรี้ยว นิยมนำมาประกอบอาหาร และใช้กันเป็นชา มีสรรพคุณมากมาย หรือผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ



 สัมพัทธ์ชีวิตคนในชุมชน สัมพัทธ์ชีวิตที่รักสงบและมีความเข้มแข็ง เป็นสังคมแบบเครือญาติ ทำส่วนผลไม่พสนเรียกว่า

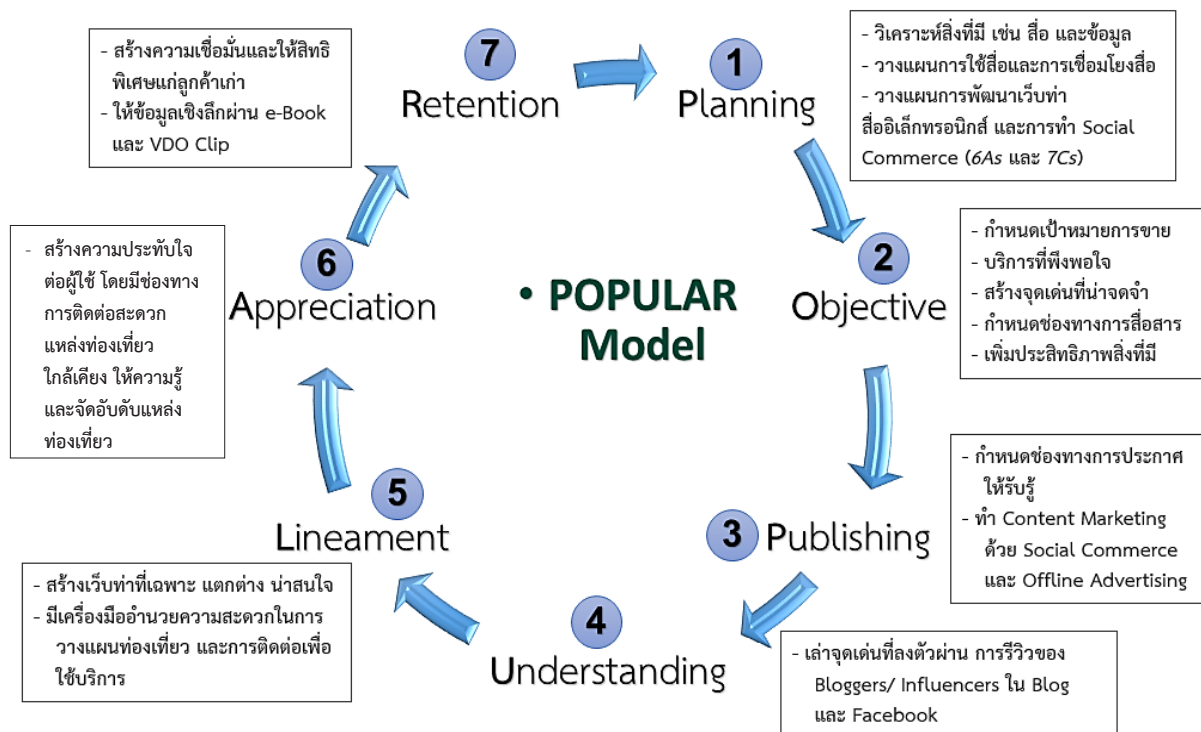
"สวนสมรม" เป็นอาชีพหลัก เช่น มังคุด เงาะ ทุเรียน สละ เป็นต้น นั้ตรงมดเออร์โซดัทมาโยงตามไปดูการเก็บผลไม้บนเขา เรียบรู้ การทำห้มีขั้ยอ้มที่เราสามารถสร้างลวดลายได้เอง ซึ่งเป็นชิ้นเดียวในโลก



รูปที่ 3 ส่วนหนึ่งของเมนูบ้านคีรีวงในเว็บไซต์



รูปที่ 4 หน้าสุดท้ายของ e-Book เรื่อง หนทางสร้างสุขที่อยากบอกของคนคอน



รูปที่ 5 POPULAR Model

อภิปรายผลวิจัย

1. ลักษณะการเดินทางและตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับข้อมูลรายงานสถิติของ Economic and Social Statistics Office, National Statistical Office (2017) ซึ่งได้สำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในช่วงปี พ.ศ. 2559 โดยงานวิจัยนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-36 ปี ในขณะที่ข้อมูลของ Economic and Social Statistics Office, National Statistical Office (2017) รายงานว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-39 ทั้งนี้เนื่องจากการระบุช่วงอายุของงานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์อายุตามการแบ่งช่วงอายุ (Generation) ที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยี (Thairath Online, 2015) จึงมีการแบ่งช่วงอายุที่ละเอียดขึ้นในช่วงวัยตอนต้น

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในวัยหนุ่มสาวในช่วง Generation Y (Thairath Online, 2015) มีฐานะดี มีความรู้และการศึกษาดี กลุ่มวัยหนุ่มสาวเหล่านี้นิยมใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงและการพบปะสังสรรค์กัน (Ratchakool, 2014) อาศัยการรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ โดยอ่านข้อมูลด้วยสมาร์ทโฟน และใช้งานเครือข่ายออนไลน์เพื่อการรับรู้และตัดสินใจท่องเที่ยวบ่อยที่สุด คือ Facebook ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของ We Are Social (2019) ซึ่งเป็นดิจิทัลเอเจนซีในประเทศสิงคโปร์ ทั้งนี้เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและราคาของอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีราคาต่ำลง ทำให้ผู้คนจำนวนมากสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้แบบไม่จำกัดเวลา และสถานที่ ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน และคอมพิวเตอร์แบบพกพา ขณะนี้พบว่าสังคมออนไลน์ที่คนไทยมีการใช้งานมากที่สุด คือ Facebook ซึ่งติดตั้งและเรียกใช้งานได้ง่าย รองรับการพบปะสังสรรค์แบบสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับการใช้งานเว็บไซต์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาโดยตรงน้อยมาก ส่วนที่ใช้งานเพราะข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ แต่ยังมีประเด็นในเรื่องของข้อมูลน้อย ทำให้คนมุ่งหาข้อมูลจากการใช้ Facebook ในการรับรู้ข้อมูลและการพูดคุย

3. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครราชสีมา ต้องมีความตระหนักถึงการออกแบบและการจัดการให้มีความสอดคล้องกับช่วงเวลาความต้องการใช้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว (Benckendorff, Sheldon & Fesenmaier, 2014) จึงควรมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน คือ 1) ด้านคุณภาพและ

ความชัดเจนของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 2) ด้านคุณลักษณะของเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของนักวิชาการหลายคน (Benckendorff & Black, 2000; Park & Gretzel, 2007; Benckendorff, Sheldon & Fesenmaier, 2014) ที่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทั้งสองเช่นกัน ขณะที่งานวิจัยของ Jalal & Al-Debei (2013) สรุปว่า ประสิทธิภาพของระบบ สามารถทำนายผลการใช้งานของผู้ใช้ (Intention to Use) ได้ดีกว่า คุณภาพของข้อมูล ขณะที่ คุณภาพของข้อมูลสามารถทำนาย ความพึงพอใจของผู้ใช้ (Users Satisfaction) ได้ดีกว่าประสิทธิภาพของระบบ

4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้เว็บไซต์ ไปสู่การทำ e-Commerce โดยใช้รูปแบบ POPULAR Model ที่มีการดำเนินการ 7 ขั้นตอน ดังนี้ (1) การวางแผน (Planning) (2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) (3) การประกาศให้รับรู้ (Publishing) ในขั้นตอนนี้ใช้เครื่องมือ 2 ประเภท ได้แก่ การทำ Social Commerce และ วิถีโฆษณาแบบดั้งเดิม (4) การสร้างความเข้าใจ (Understanding) (5) ลักษณะเฉพาะ (Lineament) (6) การสร้างความประทับใจ (Appreciation) และ (7) การรักษาลูกค้า (Retention) ซึ่งเป็นการสรุปภาพรวม ขั้นตอนที่มีใช้อยู่ในการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบัน ควรมองการใช้เครื่องมือสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทั้งแบบดั้งเดิม และแบบออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานของนักวิชาการท่านอื่น ๆ (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod, 2009; Runfola, Rosati & Guercini, 2013; Rotjanakitamnoui, 2013)

สรุป

งานวิจัยนี้มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาเว็บไซต์ของจังหวัดนครราชสีมา ที่มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหลัก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครราชสีมาให้โดดเด่นจนเป็นต้นแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา และคุณสมบัติของเว็บไซต์ที่มีส่วนสนับสนุนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ นักท่องเที่ยว บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และผู้ทรงคุณวุฒิ นำไปสู่การเสนอรูปแบบการใช้เว็บไซต์ไปสู่การทำ e-Commerce ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครราชสีมา จึงสรุปรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่สร้างความโดดเด่นเหนือ

จังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้ตอนบน โดยใช้รูปแบบ POPULAR Model ที่มี 7 ขั้นตอน ดังนี้ (1) การวางแผน (Planning) (2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) (3) การประกาศให้รับรู้ (Publishing) ในขั้นตอนนี้ใช้เครื่องมือ 2 ประเภท ได้แก่ การทำ Social Commerce และ วิถีโฆษณาแบบดั้งเดิม (4) การสร้างความเข้าใจ (Understanding) (5) ลักษณะเฉพาะ (Lineament) (6) การสร้างความประทับใจ (Appreciation) และ (7) การรักษาลูกค้า (Retention) จากการให้บริการเว็บทำ “สุขดี ที่นี้เมืองคอน” (<http://wellnessnakhon.sct.ac.th>) ซึ่งมีการร้อยเรียงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นและมีชื่อเสียง ของจังหวัดนครศรีธรรมราช นำเสนอข้อมูลด้วยรูปแบบที่ทันสมัย ใช้งานได้ทั้งผ่านคอมพิวเตอร์และมือถือ สามารถโฟน มีรูปภาพสวยงาม ข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวครบถ้วน วิดีโอแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวที่เสมือนได้ไปท่องเที่ยวด้วยตนเอง เอกสารแผ่นพับที่ดาวน์โหลดเก็บในเครื่องได้ ช่องทางรับข่าวสารและการติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงกับ Facebook และช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook, Instagram และ YouTube ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความโดดเด่นจนเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน ในอนาคตอันใกล้ จากการส่งเสริมโดยใช้เว็บทำนี้

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและบริการโดยใช้ทฤษฎี “6As” จะต้องสร้างข้อมูลให้เกิดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนที่อื่น ไม่สามารถสัมผัสประสบการณ์แบบนี้ได้จากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ทั้งนี้ควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกทั้งการตรวจสอบเอกสารและการสัมภาษณ์คนในพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็เอกลักษณ์จริง ๆ ควรตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลกับหน่วยงานหลักที่ดูแล กรณีข้อมูลที่สักระยะได้ถือเป็นข้อมูลใหม่ ควรนำเสนอการอ้างอิงข้อมูลเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และเพื่อการปรับปรุงข้อมูลของหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งนี้ในการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล ควรใส่ใจในเรื่องของจริยธรรมการวิจัยที่ต้องได้รับการยินยอมให้ออกนามจากเจ้าของข้อมูลด้วย ในการใช้ภาพหรือสื่ออื่น ๆ ในเว็บทำ ควรอ้างอิงแหล่งที่มาทุกครั้ง นอกจากนี้ควรสร้างพันธมิตรไว้มาก ๆ เพื่อจะได้เป็นศูนย์กลางของข้อมูล เมื่อผู้ใช้เข้ามาใช้งานและสามารถตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วน จะทำให้ผู้ใช้เกิดความพอใจและเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการบอกต่อให้ผู้อื่นทราบในช่องทางอื่น ๆ ด้วย

2. เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การเชื่อถือข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ในการสร้างช่องทางแนะนำแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube เป็นต้น ควรมีการทำ Fam (Familiarization) Trip โดยการเชิญกลุ่ม Bloggers หรือ Influencers ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายเข้ามาท่องเที่ยว เพื่อจะได้นำไปรีวิวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผ่านการทำ Social Commerce เพื่อเป็นการสร้างความดึงดูดใจและเชื่อถือได้ จากการเชิญชวนของผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้ที่ชอบใช้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ ทำให้นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถหาข้อมูลได้มากขึ้น

3. การพัฒนาเว็บทำ โดยใช้ทฤษฎี “7Cs” ผู้พัฒนาควรศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ และประเมินความเป็นไปได้ในการใช้งานตามความเหมาะสม เพื่อการนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดความทันสมัยและมีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายการใช้งาน รองรับการใช้งานได้ดี และเป็นที่น่าสนใจต่อการใช้งานของผู้ใช้

4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้ขั้นตอนการทำงานตามรูปแบบ “POPULAR” Model ที่มีการดำเนินการ 7 ขั้นตอน นั้น ผู้นำไปใช้จะต้องให้ความสำคัญกับ 2 ขั้นตอนแรกเป็นอย่างมาก นั่นคือ การวางแผน (Planning) และ การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) ยิ่งวิเคราะห์ข้อมูลวางแผนดำเนินการได้ตามวัตถุประสงค์ที่มีอย่างครบถ้วนมากเท่าไร จะยิ่งทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดำเนินการ บรรลุเป้าหมายได้เร็วและคืนผลตอบแทนได้มาก

5. ทฤษฎีจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปศึกษาเพิ่มเติมและพัฒนาเสริมในส่วนเบื้องหลังการนำเข้าข้อมูล (Back Office) นำไปสู่การพัฒนาเว็บทำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็น Template กลาง ผู้สนใจสามารถนำไปปรับใช้งานได้เลย โดยปรับปรุงเฉพาะข้อมูลของตนเอง ไม่ต้องมีความรู้ด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์มากมายก็สามารถใช้งานได้

6. แนวทางการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน โดยที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นศูนย์กลางและเป็นต้นแบบ มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

- (1) ร้อยเรียงข้อมูล เส้นทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดใกล้เคียงที่เชื่อมโยงกับจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมกับของจังหวัดนครศรีธรรมราช และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้รูปแบบ POPULAR Model ที่มี 7 ขั้นตอน

- (2) เชื่อมต่อการเดินทางระหว่างเมืองของจังหวัดนครศรีธรรมราชกับจังหวัดใกล้เคียง เพื่อความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวระหว่างกัน

(3) ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทุกภาคส่วน โดยใช้การจัดการเชื่อมโยงเครือข่ายแบบภาคีเครือข่าย เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันในทุกเรื่องที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูล นักท่องเที่ยว บุคลากรและการอบรมทักษะบุคลากร และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น

(4) สร้างกลยุทธ์เชิงนโยบายด้านความร่วมมือระหว่างจังหวัดนครศรีธรรมราชกับจังหวัดในกลุ่มภาคใต้ตอนบน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อผลักดันให้เกิดการทำงานร่วมกัน และสามารถส่งเสริมการทำงานซึ่งกันและกันได้

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณคณะผู้ทรงคุณวุฒิ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้ให้ข้อมูลหลักทางด้านการท่องเที่ยว ที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม และคณะวิจัยทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ และงานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

References

Ardell, D.B. (1982). *Fourteen Days to a Wellness Lifestyle*. Mill Valley, CA: Whatever.

Benckendorff, P., & Black, N. L. (2000). Destination marketing on the internet: a case study of Australian regional tourism authorities. *Journal of Tourism Studies*, 11(1), 11-21.

Benckendorff, P., Sheldon, P., & Fesenmaier, D. (2014). *Tourism Information Technology*. (2nd ed.). Malta: Gutenberg Press.

Carrera, P.M., & Bridges, J.F.P. (2006). Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert Review of Pharmacoeconomics and Outcomes Research*, 6(4), 447-454.

Economic and Social Statistics Office, National Statistical Office. (2017). *Survey of travel behavior of Thai people 2017 (In the year 2016)*. Bangkok: Forecast Bureau National Statistical Office. [in Thai]

Foris, D. (2014). Study regarding a new dimension of tourism phenomenon-the political-administrative dimension. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 142, 1078-1082.

Gee, Y., & Fayos, S. E. (1997). *World Tourism Organization, WTO*, Madrid.

Global Wellness Institute (GWI), Global wellness tourism economy. (2018). *Global Wellness Tourism Economy*. Miami: Global Wellness Institute.

Hajli, M. (2013). A research framework for social commerce adoption. *Information Management and Computer Security*, 21(3), 144-154.

Jalal, D., & Al-Debei, M. (2013). Developing and implementing a web portal success model. *Jordan Journal of Business Administration*, 9(1), 161-190.

Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. (4th ed.). Slovenia: Elsevier.

Ministry of Tourism and Sports. (2017). *Tourism Development Plan No. 2 (2017-2021)*. Bangkok: Office of Veterans Organization Printing Office. [in Thai]

Nakhon Si Thammarat Provincial Office. (2017). New 4-year provincial development plan (2018-2021). Retrieved April 8, 2019, from http://www.nakhonsithammarat.go.th/web_52/datacenter/detail.php?news_id=1020309 [in Thai]

Park, Y. A., & Gretzel, U. (2007). Success factors for destination marketing web sites: a qualitative meta-analysis. *Journal of Travel Research*, 46(1), 46-63. DOI: 10.1177/0047287507302381

Ratchakool, N. (2014). *Tourism Industry*. (5th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Publisher. [in Thai]

Royal Thai Government Gazette. (2018, October 13). National Strategy Announcement (2018-2037). Retrieved March 18, 2019, from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF [in Thai]

- Royal Thai Government Gazette. (2019, April 18). Announcement of the Prime Minister's Office on the announcement of the master plan under the national strategy (2018-2037). Retrieved April 18, 2019, from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2562/A/051/T_0001.PDF [in Thai]
- Runfola, A., Rosati, M., & Guercini, S. (2013). New business models in online hotel distribution: Emerging private sales versus leading IDS. *Service Business*, 7, 183–205 DOI: 10.1007/s11628-012-0150-1
- Rotjanakitamnoui, S. (2013). Adapting information technology to the progress of tourism Thai electronics. *Journal of Business Administration, Thammasat University*, 36(139), 12-26. [in Thai]
- Stream Magento Team. (2016). Come to know Social Commerce & Magento. Retrieved October 15, 2018, from <http://www.stream.co.th/2016/02/มารู้จัก-social-commerce-magento/> [in Thai]
- TCDC (Thailand Creative & Design Center). (2018, May 16). Trend 2018: Health and Well-being. Retrieved March 18, 2019, from <https://web.tcdc.or.th/en/Articles/Detail/Trend-2018-Health-and-Well-Being>
- Thansettakij. (2016). Tourism Gushed up with 16% GDP of Country. Retrieved March 18, 2019, from <http://www.thansettakij.com/2016/05/23/55393>. [in Thai]
- Thairath Online. (2015). Scan generation of Thai people, the power to drive the digital economy. Retrieved October 15, 2018, from <https://www.thairath.co.th/content/475518> [in Thai]
- We are Social. (2019). Digital in 2019. Retrieved March 18, 2019, from <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.