กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

STRATEGIC MANAGEMENT OF SPA TOURISM FOR CHINESE TOURISTS IN PHUKET OLD TOWN

หย้าหลุน เหลียง[1] ฐิรชญา ชัยเกษม[2] และกฤต โง้วธนสุวรรณ[3]
Yalun Liang[1], Thirachaya Chaigasem[2] And Grit Ngowtanasuwan[3]

[1,2] คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University
E-mail: yalunliang.y@gmail.com, E-mail: thirachaya@kku.ac.th
[3] คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Faculty Architecture, Urban Design and Creative Arts, Mahasarakham University
E-mail: grit_n@hotmail.com

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสปา
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยว ไมซ์และบริการ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีการศึกษา 2564

Received : October 19, 2022 Revised : June 12, 2023 Accepted : June 31, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต และ 2) นำเสนอแผนกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวและการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ด้วยแบบสอบถาม จำนวน 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จำนวน 21 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ได้แก่ 2.1) กลยุทธ์เชิงรุก โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้ภูเก็ตเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวมีความพร้อมและมีปลอดภัยสูง และผลักดันให้ธุรกิจการท่องเที่ยวต้องมีใบรับรอง SHA 2.2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข โดยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสปากับการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2.3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน โดยสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ของวัฒนธรรมเมืองเก่าภูเก็ตและความเป็นเอกลักษณ์ของสปาและนวดเพื่อสุขภาพไทย และ 2.4) กลยุทธ์เชิงรับ โดยผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนควรร่วมกันประชุมวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อโรคที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว

คำสำคัญ

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสปา นักท่องเที่ยวชาวจีน เขตเมืองเก่าภูเก็ต

ABSTRACT

This research aims to 1) study the satisfaction of Chinese tourists with spa and health massage services in Phuket Old Town and 2) present spa strategic management for tourism to support Chinese tourists in Phuket Old Town. The research is blended research that combines quantitative and qualitative methods. Data was collected from 400 Chinese tourists who visited and used spa and health massage services in Phuket through a questionnaire. Qualitative research gathered information from 21 key informants through semi-structured interviews.

The research study was found that 1) Overall, Chinese tourists expressed a high level of satisfaction with spa and health massage services in Phuket Old Town. 2) The spa strategic management for tourism to support Chinese tourists in Phuket Old Town includes 2.1) proactive strategies, such as creating an image and public relations through social media to promote Phuket as a city of tourism with high readiness and safety, and encouraging tourism businesses to obtain a SHA certificate; 2.2) remedial strategies, by creating links between spa tourism and community-based tourism; 2.3) preventive strategies, by creating products that showcase the identity of Phuket Old Town culture and Thai health spas and massages; and 2.4) passive strategies, by bringing entrepreneurs and stakeholders from all sectors of the tourism industry together to plan for changes in tourists' behavior and epidemic crises that may affect short- and long-term tourism.

Keywords

Strategic Management; Spa Tourism; Chinese Tourists; Phuket Old Town

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่แต่ละประเทศ สร้างโอกาสการทำงาน แก่ประชาชนในแต่ละพื้นที่และสร้างสภาพทางเศรษฐกิจที่ดีให้ผู้คนในท้องถิ่น แต่อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2020 จนถึงปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อโคโรนา 2019 (Covid-19) อย่างรุนแรง ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 65 ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม ปี ค.ศ. 2021 ถึงแม้ว่าปัจจุบันอัตราการฉีดวัคซีนป้องกันเชื้อโคโรนา 2019 (Covid-19) ของโลกมีสัดส่วนสูงซึ่งมีส่วนช่วยในการผ่อนคลายข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์อยากเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ แต่สายพันธ์ของไวรัสเชื้อโคโรนา 2019 (Covid-19) ยังเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาทำให้หลาย ๆ ประเทศต้องออกมาตรการจำกัดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าประเทศ ที่เข้มงวดมากขึ้น รวมถึงมีการตรวจหาเชื้อด้วยเทคนิค RT-PCR และการกักตัวโดยบังคับ อุปสรรคเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวสำหรับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (World Tourism Organization, 2021)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในระดับภูมิภาคและระดับสากล ทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยกลายเป็นทางเลือกการท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ตามข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี พ.ศ. 2562 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวประเทศไทยจำนวน 10 ล้านคนหรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 4.39 เมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวของปี 2561 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เพียงแต่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยจำนวนมากที่สุด และการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนยังติดอันดับ 1 ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศอีกด้วย คิดเป็นมูลค่ามากกว่า 5 แสนล้านบาทในปี พ.ศ. 2562 แต่อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อโคโรนา 2019 (Covid-19) และข้อจำกัดระหว่างการเดินทางทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่สามารถเดินทางไปเที่ยวประเทศไทยตามปกติ ซึ่งตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคมในปี พ.ศ. 2563 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาไทยมีแค่ 1 ล้านรายหรือคิดเป็นอัตราการลดลงร้อยละ 90 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลการท่องเที่ยวของปีที่แล้ว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

เนื่องด้วยสังคมปัจจุบันนี้ ภายใต้ความเครียดในการทำงาน สภาพสังคม ความเร่งรีบและความจำเจในชีวิตประจำวัน ผู้คนจึงหันมาตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสุขภาพมากขึ้น มีความต้องการเดินทางเพื่อพักผ่อน เพื่อแสวงหาความสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2560) ธุรกิจสปาจึงมักเป็นสถานที่หรือบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวมักกล่าวถึงและเป็นบริการที่สามารถสร้างรายได้สูงแก่ชุมชน สำหรับธุรกิจ สปาและนวดเพื่อสุขภาพในประเทศไทย ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด เนื่องจากบริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในประเทศไทยได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย ความเป็นมิตรและความเอาใจของคนไทยไปปฏิบัติระหว่างกระบวนการการบริการให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าต่างประเทศมองเห็นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนของบริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพของไทย ดังนั้น บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพของประเทศไทยจึงได้รับการยกย่องและความยินยอมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกและส่งอิทธิพลให้ธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพมีรูปแบบและประเภทของการบริการหลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อีกทั้งธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพยังส่งผลไปถึงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรมที่พัก การค้าขายสมุนไพรไทย เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

เขตเมืองเก่าภูเก็ต จัดว่าเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์และความรุ่งเรืองอันยาวนานอีกเมืองหนึ่งของไทย โดยหนึ่งในรอยอดีต อันรุ่งเรืองของภูเก็ต ตึกเก่าแบบชิโน-โปรตุกีสถูกสร้างขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2446 เนื่องจากการทำเหมืองแร่ที่เติบโตทำให้ชาวจีน และชาวตะวันตก ต่างหลั่งไหลเข้ามาที่เมืองภูเก็ตเป็นจำนวนมาก เมื่อเข้าสู่เขตเทศบาลเมือง ภูเก็ตสิ่งแรกที่ผู้ไปเยือนจะรู้สึกสะดุดตาก็คือตึกเก่า ที่ตั้งตระหง่านอยู่ในย่านการค้าเก่าแก่ของเมือง เป็นอาคารสไตล์ ชิโนโปรตุกีสที่ผสมผสานเอาความเป็นศิลปะตะวันตกและตะวันออก เข้าไว้ด้วยกันอย่างกลมกลืน จนเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของเมืองภูเก็ต ตึกเก่าเหล่านี้กระจายอยู่ทั่วตัวเมืองภูเก็ต สามารถเดินชมได้อย่างต่อเนื่องเป็นเส้นทางประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การศึกษาเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวของเมืองเก่าภูเก็ต มีความเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสปา เนื่องจากบริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพเป็นบริการที่มีความยืดหยุ่นและการท่องเที่ยวเชิงสปาสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างลงตัว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ผู้เขียนจึงมีความสนใจศึกษา กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต โดยกำหนดพื้นที่วิจัย คือ เขตเมืองเก่าภูเก็ต (Phuket Old Town) ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายสำคัญคือนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลพื้นฐานหรือแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ตโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และสิ่งแวดล้อม และเป็นแนวทางในการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

2. เพื่อนำเสนอแผนกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ระยะที่ 1 การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวและการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จากสถิติในปี พ.ศ. 2561 พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 3,078,371 คน ที่เดินทางมาเที่ยวและใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวและการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้อ้างอิงจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ปี พ.ศ. 2561 และใช้สูตรของ Yamane (1973) ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน (โดยเก็บในช่วงเดือนตุลาคม 2565 ถึง มกราคม 2566) โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.00 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.25 ส่วนมากมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รายได้อยู่ระหว่างมากกว่า 10000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 27.25 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.25 และส่วนมากมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 58.75

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวและการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ลักษณะเป็นข้อคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามขึ้นจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยทุกข้อมีค่าตั้งแต่ 0.67-1.00 ซึ่งถือว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยนำไปทดลองใช้ (try out) กับนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน มีการเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.82 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นและเที่ยงตรง

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำเรื่องยื่นคำร้องขออนุญาตเข้าศึกษาหน่วยงานและลงพื้นที่เก็บข้อมูล ออกหนังสือราชการโดย คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามในเขตเมืองเก่าภูเก็ต แล้วจึงทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูล โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการ โดยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามได้ 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ

1.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์ในขั้นนี้เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบลักษณะภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษาและสถานภาพสมรส โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ

1.4.2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ระยะที่ 2 นำเสนอแผนกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการให้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ รวมทั้งสิ้น 21 คน ซึ่งได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสปา จำนวน 6 คน หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสปา จำนวน 3 คน และผู้ประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจและผู้ที่ได้รับรางวัล DBD Wellness Service Award Best Practice ประจำปี 2561 จำนวน 12 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจาก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการให้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ เพื่อวิเคราะห์สภาพการณ์ จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำเรื่องยื่นคำร้องขออนุญาตเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ ออกหนังสือราชการโดย คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล และเก็บข้อมูลสัมภาษณ์จากจาก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยมีการนัดหมาย วันและเวลา และจัดส่งโครงสร้างคำถามการสัมภาษณ์ล่วงหน้าก่อนการสัมภาษณ์ 1 สัปดาห์

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ

2.4.1 การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นไปอย่างมีระบบ

2.4.2 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ได้ทำการสรุปแล้ว มาทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

2.4.3 จัดทำตาราง TOWS Matrix โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT มาทำการกำหนดกลยุทธ์ โดยการใช้ TOWS Matrix เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต มีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการรับรู้ถึงคุณค่าและคุณภาพของการบริการ (Perceived Value)	3.84	0.93	มาก
ด้านภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ (Destination Image)	3.83	0.91	มาก
ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการ (Employees Behavior)	3.79	1.04	มาก
ด้านความคาดหวังของลูกค้าต่อความพึงพอใจ (Customer Expectations)	3.71	1.01	มาก
ด้านความเต็มใจของลูกค้าในการซื้อซ้ำ (Customer Willingness to Repurchase)	3.54	1.03	มาก
โดยภาพรวม	3.74	0.95	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการ สปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปหาน้อยดังนี้

1.1 ด้านการรับรู้ถึงคุณค่าและคุณภาพของการบริการ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีความรู้สึกผ่อนคลายสบายตัวหลังจากการใช้บริการนวดและสปาเพื่อสุขภาพ รองลงมาคือมีความรู้สึกคุ้มค่าต่อการใช้บริการ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีความประทับใจต่อการใช้บริการ เมื่อเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่เคยใช้บริการล่าสุด

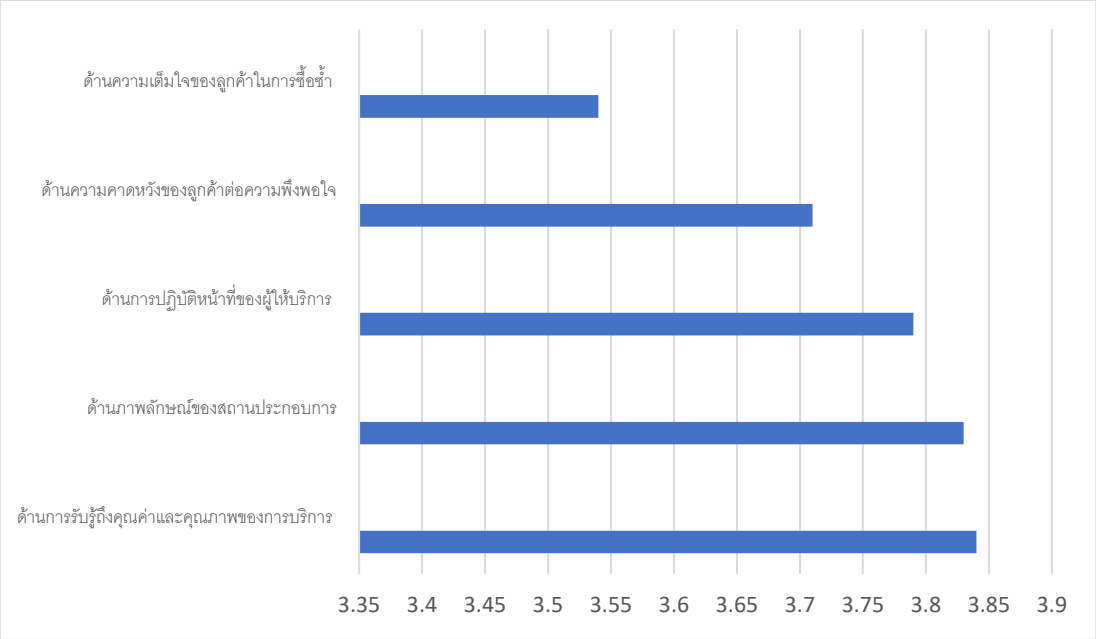
1.2 ด้านภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริเวณต้อนรับมีความเรียบร้อยและความสะอาด รองลงมาคือกลิ่นหอมภายในร้านทำให้รู้สึกสบายและผ่อนคลาย ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การจัดแสงสว่างมีความเพียงพอ ไม่สว่างหรือมืดเกินไป

1.3 ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศแบบพื้นฐานได้อย่างน้อย 1 ภาษา ภาษาอังกฤษหรือภาษาจีน รองลงมาคือ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สำหรับการให้บริการนั้นมีความสะอาด ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการต้อนรับลูกค้าอย่างอบอุ่น

1.4 ด้านความคาดหวังของลูกค้าต่อความพึงพอใจ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพมีความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจสูง รองลงมาคือ ระบบการจองบริการทางออนไลน์และทางออฟไลน์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพและของที่ระลึกไว้จำหน่ายอยู่หน้าร้าน สินค้าเหล่านี้ระบุชื่อโรงงานผลิตและที่อยู่ของโรงงานไว้อย่างชัดเจน มีใบอนุญาตการผลิตและใบรับรองการตรวจสอบผลิตภัณฑ์

1.5 ด้านความเต็มใจของลูกค้าในการซื้อซ้ำ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือบริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ รองลงมาคือราคาสำหรับบริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพแต่ละรายการมี ความเหมาะสม ไม่มีค่าใช้จ่ายแอบแฝง ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์

เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงจัดทำกราฟเพื่อแสดงผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กราฟแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

2. ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

เมืองเก่าภูเก็ตมีสถานประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 6 ร้าน และมีสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 43 ร้าน ซึ่งกระจายอยู่ในถนนถลาง ถนนกระบี่ ถนนพังงาและถนนดีบุก การพัฒนาของสถานประกอบการสปาหรือนวดเพื่อสุขภาพได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยวท้องถิ่นอย่างมาก เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวในเมืองเก่าภูเก็ตเป็นรูปแบบการเดินทางโดยการเที่ยวชมเป็นหลัก ดังนั้น บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพสามารถตอบโจทย์ความต้องการอยากผ่อนคลายหายเหนื่อยหลังจากการเดินเล่นเที่ยวชมเป็นช่วงระยะเวลานาน ความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพในท้องถิ่นมีจำนวนมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยลักษณะการบริการของปาและนวดเพื่อสุขภาพ ทำให้สถานประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพไม่สามารถดำเนินกิจการอย่างราบรื่นในช่วงไวรัสโคโรนา 2019 ระบาดในไทย โดยปัจจุบันการดำเนินงานของภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) และนโยบายการเปิดประเทศทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวนมากมาเที่ยวภูเก็ต ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภูเก็ต มีแนวโน้มฟื้นตัว อีกทั้งเพื่อความอยู่รอดและเพื่อดึงดูดลูกค้าสถานประกอบการสปาหรือนวดเพื่อสุขภาพแต่ละเจ้าในเมืองเก่าภูเก็ตเริ่มปรับราคาให้ถูกลงโดยส่วนมากลดราคาร้อยละ 10-20 จากราคาเดิม จากข้อมูลการวิเคราะห์สภาพการณ์และทัศนะของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการให้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจและผู้ที่ได้รับรางวัล DBD Wellness Service Award Best Practice ประจำปี 2561 ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จัดทำ TOWS Matrix นำเสนอแผนกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต สามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต

ปัจจัยภายใน / ปัจจัยภายนอก	**จุดแข็ง (Strength)** S1 จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในด้านการรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ S2 มีโรงแรม ร้านอาหาร สถานบริการจำนวนมากที่ได้รับเครื่องหมาย SHA และ SHA Plus S3 เมืองภูเก็ตมีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยว S5 เมืองเก่าภูเก็ตมีความเป็นเอกลักษณ์และความดั้งเดิม	**จุดอ่อน (Weaknesses)** W1 เมืองเก่าภูเก็ตยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน W2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวของเมืองเก่าภูเก็ตไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยตรง W3 เมืองเก่าภูเก็ตมีความจำกัดด้านพื้นที่
โอกาส (Opportunities) O1 Tik Tok มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต O2 กระแสการเดินทางเพื่อส่งเสริมสุขภาพและบำบัดโรค O3 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวโดยชุมชน O4 ละครซีรีส์สร้างชื่อเสียงมากขึ้นให้กับเมืองเก่าภูเก็ต	**SO (กลยุทธ์เชิงรุก)** 1) มุ่นเน้นการสร้างภาพลักษณ์ของภูเก็ตให้เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวมีปลอดภัยสูงและมีความพร้อมในด้านการรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก 2) ผลักดันให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องมีใบรับรอง SHA หรือ SHA Plus 3) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองเก่าภูเก็ตผ่านสื่อออนไลน์ของประเทศจีนโดยการมุ่นเน้นนักท่องเที่ยวจีน กลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายและมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแผนที่เที่ยวตามรอยละครของไทยที่นักท่องเที่ยวจีนรู้จัก เช่นเรื่อง “แปรรักฉันด้วยใจเธอ” ที่มีการถ่ายทำที่จังหวัดภูเก็ตและเสริมด้วยข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสปาในเมืองเก่าภูเก็ต	**WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)** 1) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองเก่าภูเก็ตโดยผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางแอพพลิเคชั่น เช่น Tik Tok, Wechat เป็นต้น 2) สร้างความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสปากับการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ 3) มุ่งเน้นการสร้างสถานประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพที่มีเอกลักษณ์อย่างเด่นชัด

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต (ต่อ)

อุปสรรค (Threats)	**ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)**	**WT (กลยุทธ์เชิงรับ)**
T1 ผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) T2 ค่าใช้จ่ายและเวลาระหว่างการเดินทางที่เพิ่มมากขึ้น	1) สร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ของวัฒนธรรมเมืองเก่าภูเก็ตและความเป็นเอกลักษณ์ของสปาและนวดเพื่อสุขภาพไทย 2) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูเก็ตมีการวางแผนจัดโปรโมชันลดราคา 5-10% จากราคาเดิมคงเป็นทางเลือกที่ดีในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและลูกค้าในยุคโควิด	1) ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรเตรียมตัวให้พร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในยุคโควิด 2) การสร้างยุทธศาสตร์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองเก่าภูเก็ตภายใน 2-4 ปี

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้นธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพจึงเป็นธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในประเทศไทยได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย ความเป็นมิตรและความเอาใจของคนไทยไปปฏิบัติระหว่างกระบวนการการบริการให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของบริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพของไทย ดังนั้นบริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ตจึงได้รับการยกย่องและความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฏิภาณ บัณฑุรัตน์ และเสรี วงษ์มณฑา (2563) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการสปาในประเทศไทย โดยผู้ใช้บริการชาวจีนมีการรับรู้ถึงสปาไทยว่ามีคุณภาพ และให้บริการเป็นที่พอใจ และประทับใจ โดยทั้งหมดมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันคือ พึงพอใจในการให้บริการของสปาไทย เมื่อพิจารณาในด้านพนักงานที่ให้บริการนั้น ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ามีน้ำใจบริการ มีความยิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสะอาด และมีการให้เกียรติลูกค้า

2. กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตเมืองเก่าภูเก็ต ได้แก่ 2.1) กลยุทธ์เชิงรุก โดยผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ให้ภูเก็ตเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวมีความพร้อมและมีปลอดภัยสูง และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่ชาวจีนให้ความนิยม เช่น ทางแอพพลิเคชั่น Tik Tok, We chat เป็นต้น รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรผลักดันให้ธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในเขตเมืองเก่าภูเก็ต มีใบรับรอง SHA หรือ SHA Plus ให้มากยิ่งขึ้น 2.2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข โดยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสปากับการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2.3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน โดยสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ของวัฒนธรรมเมืองเก่าภูเก็ตและความเป็นเอกลักษณ์ของสปาและนวดเพื่อสุขภาพไทย และ 2.4) กลยุทธ์เชิงรับ โดยผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนควรร่วมกันประชุมวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อโรคที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐานิภา ภาณุสุวรรณ และธิตินันท์ ชาญโกศล (2563) ที่ทำการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่พบว่า การเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย และการอำนวย ความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นสิ่งที่สำคัญ

รวมถึงข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง โดยผ่านการคัดกรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อเพิ่มความเข้าใจและเข้าถึงข้อมูลที่ตรงกัน ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในช่องทางสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ข่าวประชาสัมพันธ์ การแนะนำ รีวิว ควรเป็นภาษาจีน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมักเลือกรับข้อมูลจากภาษาที่คุ้นเคย ทั้งนี้ภาครัฐ และเอกชน รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือกันในการบริหารจัดการ โดยใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์และควรติดตาม คาดการณ์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นล่วงหน้า เพื่อเตรียมแผนการรองรับที่เหมาะสมและทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีความประทับใจในการท่องเที่ยวประเทศไทย และการบริการที่ดีเสมอมา ทำให้เกิดการแนะนำ บอกต่อ และการกลับมา เที่ยวซ้ำ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีรูปแบบหนึ่ง ดังนั้นการมีภาพลักษณ์ที่ดีมีส่วนในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. เนื่องจากอาคารชิโน-ยูโรเปียนได้รับการอนุรักษณ์จากชุมชนซึ่งไม่อนุญาตปรับเปลี่ยนหรือบุกเบิกอาคารแบบดั้งเดิมมากเกินไป ดังนั้น เมื่อมีความต้องการอยากสร้างสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่มีอัตลักษณ์เมืองเก่าภูเก็ตโดยเฉพาะ ควรได้รับความยินยอมและการอนุมัติ จากชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตและสำนักงานจังหวัดภูเก็ต

2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับสปาและนวดเพื่อสุขภาพควรมีแนวทางในการค้นคว้าอัตลักษณ์สปาของภาคใต้ ซึ่งอัตลักษณ์สปาของภาคใต้มีหน้าที่ในการนำเสนอหลักการของสปาไทยอย่างบูรณาการและมีความแตกต่างกับสปาของภาคอื่นในประเทศไทย เช่น สร้างสปารูปแบบเมืองเก่าโดยนำอาคารเมืองเก่าสงขลาประยุกต์ใช้เป็นสถานประกอบการสปาหรือ นวดเพื่อสุขภาพ (ด้านรูป) การจัดทำอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพโดยการเลือกวัตถุดิบสมุนไพร ผักหรือผลไม้จากท้องถิ่น (ด้านรส) การออกแบบบริการสุคนธบำบัดโดยใช้กลิ่นดอกไม้ผสมกับกลิ่นผลไม้ตามภาพลักษณ์การท่องเที่ยวภาคใต้ (ด้านกลิ่น) การสร้างเสียงดนตรีแบบธรรมชาติ ที่สอดคล้องกับภูมิประเทศของภาคใต้ เช่น การใช้เสียงคลื่นทะเลหรือเสียงลมทะเล (ด้านเสียง) การสร้างรูปแบบบริการนวดแบบภาคใต้ Thai Southern Distinctive Massage (ด้านสัมผัส)

3. หน่วยงานภาครัฐและชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ตควรมีแผนการสร้างแอปพลิเคชันบริการการท่องเที่ยวแบบ one-site เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศสามารถทราบถึงข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เกี่ยวกับเมืองเก่าภูเก็ต รวมถึงข้อมูลโรงแรม ร้านอาหาร คาแฟ่ สถานประกอบการสปาและนวดต่าง ๆ ในเมืองเก่าภูเก็ตอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว หรือการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นไปตามกระแส ให้มีความทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันเพราะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนมักมีการปรับเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ เช่น รูปแบบการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยี และการรับข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาวิจัยในกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชื้อชาติอื่น ๆ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป อาหรับ หรือเอเชียในโซนอื่น ๆ เป็นต้น

บรรณานุกรม

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2560). *แนวทางการดำเนินงานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ*. กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559, 19 พฤษภาคม). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 3*. https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7622

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563, 10 กันยายน). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย*. https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=593.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562, 11 สิงหาคม). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับ 1 ปี 2562*. https://secretary.mots.go.th/policy/

ฐานิภา ภาณุสุวรรณ และธิตินันท์ ชาญโกศล. (2563). การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 3*(3), 117-131.

ปฏิภาณ บัณฑุรัตน์ และเสรี วงษ์มณฑา. (2563). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการสปาในประเทศไทย. *วารสารรัชต์ภาคย์, 14*(35), 92-103.

World Tourism Organization. (2021). *World Tourism Organization*. https://www.unwto.org/news/2020-worstyear-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). Harper and Row: New York.