

รูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่บริการน้ำพุร้อน ในจังหวัดกระบี่ : กรณีศึกษาณัฐวาริ น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา

จันธิชาภรณ์ พันธุ์พิพัฒน์ และ จินณพัช ประทุมพร

สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยว ไมซ์และบริการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40002

*chanthichapan@gmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นเทรนด์หรือแนวโน้มใหญ่ของโลก ปัจจุบันรัฐบาลไทยมีการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งจังหวัดกระบี่มีน้ำพุร้อนเค็มที่เป็นแหล่งที่ 2 ของโลก ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าเป็นอย่างยิ่งโดยมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น บทความนี้มุ่งศึกษา สถานการณ์รูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาณัฐวาริ น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา และนำเสนอรูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาณัฐวาริ น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา

พบว่า รูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ณัฐวาริ น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา สามารถนำเสนอรูปแบบการดำเนินการเชื่อมโยงรูปแบบในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ง่ายในการบริหารจัดการและสามารถเชื่อมโยงเพื่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ สามารถลดต้นทุนในช่องทาง การขาย โดยลดต้นทุนได้ ร้อยละ 20 โดยกิจการสามารถวางแผนการดำเนินงานกำหนดเป้าหมายในอนาคต เพื่อให้กิจการมีการเชื่อมโยงโดยตรงอีกช่องทางหนึ่ง โดยนำเสนอรูปแบบการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน และรัสเซีย สถานประกอบการได้ดำเนินการเชื่อมโยง ผ่านทาง 1) ตัวแทนการขายในต่างประเทศ 2) ตัวแทนขายในประเทศ 3) ธุรกิจจัดนำเที่ยวเข้าในประเทศ 4) ธุรกิจนำเที่ยวในต่างประเทศ 5) Booking.com. 6) Expedia 7) Website ของณัฐวาริ 8) Facebook ของณัฐวาริ 9) IG ของณัฐวาริ และ 10) Fanpage ของณัฐวาริ

คำสำคัญ: การเชื่อมโยง การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นเทรนด์หรือแนวโน้มใหญ่ของโลก ข้อมูลจาก Global Wellness Institute พบว่าปี 2559 ธุรกิจ Medical and Wellness มีมูลค่ากว่า 2.5 หมื่นล้านบาท และจะเพิ่มขึ้นอีก ร้อยละ 49 รวมทั้ง Wellness Tourism เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่จะขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวของไทยซึ่งมีข้อได้เปรียบคือ มีทรัพยากรที่เหมาะสมกับเทรนด์ดังกล่าวหลายอย่าง นอกจากนั้น การท่องเที่ยวที่ให้การสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ ในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมกำลังเป็นที่นิยม และสะท้อนถึงแนวโน้มตลาดท่องเที่ยวที่หันมาให้ความสำคัญกับ Wellness Tourism มากขึ้น และจะเติบโตควบคู่ไปกับตลาด Medical Tourism ซึ่งเป็นตลาดหลักของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ประชาชาติธุรกิจ, 2560) และ Global Wellness Economy Monitor รายงานในรายงานฉบับปี พ.ศ. 2561 โดยได้นำเสนอข้อมูลล่าสุดสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรม 10 กลุ่มซึ่งประกอบด้วยเศรษฐกิจด้านสุขภาพทั่วโลก ได้แก่ การออกกำลังกายและร่างกายจิตใจ การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพโภชนาการและการลดน้ำหนัก การดูแลสุขภาพบุคคลความงามและการต่อต้านริ้วรอย; เวชศาสตร์ป้องกันและส่วนบุคคลและสาธารณสุข สปา น้ำพุร้อน น้ำแร่ ยาแผนโบราณและยาเสริม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รายงานฉบับนี้ครอบคลุมถึงภาพรวมที่ครอบคลุมของภาพขนาดขอบเขตและแนวโน้มการเติบโต การคาดการณ์เกี่ยวกับเศรษฐกิจเพื่อสุขภาพระดับโลกการวิเคราะห์เชิงลึกระดับภูมิภาคแนวโน้มและข้อมูลของภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก 6 แห่งและแห่งอื่น ๆ รายงานพบว่าอุตสาหกรรมสุขภาพทั่วโลกขยายตัว 12.8% ในปี 2015-2017 จาก 3.7 พันล้านเหรียญเป็น 4.2 พันล้านดอลลาร์ ใน

บริบททางเศรษฐกิจในช่วงปี 2015-2017 เศรษฐกิจด้านสุขภาพขยายตัว 6.4% ต่อปีเพิ่มขึ้นเกือบสองเท่าเมื่อเทียบกับอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจโลก (3.6%) ขณะนี้ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ (4.2 ล้านล้านดอลลาร์) มีมากกว่าครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพทั่วโลกทั้งหมด (7.3 ล้านล้านดอลลาร์) และอุตสาหกรรมด้านสุขภาพถือเป็น 5.3% ของผลผลิตทางเศรษฐกิจทั่วโลก (Global Wellness Economic Institution, 2018)

ปัจจุบันประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มูลค่า 25,000 ล้านบาท และการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ 100,000 ล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ, 2560) ปัจจุบันรัฐบาลไทยมีการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้กับประเทศได้อย่างมาก กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้ร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา บูรณาการทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้าน Medical & Wellness Tourism และได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ พ.ศ. 2560 - 2569 ระยะ 10 ปี ซึ่งเป็นฉบับที่ 3 มีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1.medical service hub 2.wellness hub 3.academic hub และ 4.product hub ทั้งนี้ มีโครงการสำคัญในระยะเร่งด่วนเป็นวาระแห่งชาติคือ การพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนให้เป็นเมืองสปา และเส้นทางท่องเที่ยวสายน้ำพุร้อนของไทย โดยนำร่องในจังหวัดกระบี่ ซึ่งกิจกรรมนี้ได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีแล้ว และนำมาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการระยะ 1 ปี 3 ปี และ 5 ปี รองอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กล่าวในการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำเมืองต้นแบบสู่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนแบบครบวงจรนำร่องในจังหวัดกระบี่ ว่า นโยบายรัฐบาลต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (medical hub) ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพื่ออนาคตในลักษณะ New S - curve ในอุตสาหกรรมกลุ่มใหม่ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่สามารถเพิ่มรายได้ให้สำหรับตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (medical tourism) มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลจาก Global Wellness Institute พบว่าปี 2559 ธุรกิจ Medical and Wellness มีมูลค่ากว่า 2.5 หมื่นล้านบาท และจะเพิ่มขึ้นอีก 49% รวมทั้ง Wellness Tourism เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่จะขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวของไทย ข้อได้เปรียบคือ มีทรัพยากรที่เหมาะสมกับเทรนด์ดังกล่าวหลายอย่าง นอกจากนั้น การท่องเที่ยวที่ให้การสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ ในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมกำลังเป็นที่นิยม และสะท้อนถึงแนวโน้มตลาดท่องเที่ยวที่หันมาให้ความสำคัญกับ Wellness Tourism มากขึ้น และจะเติบโตควบคู่ไปกับตลาด Medical Tourism ซึ่งเป็นตลาดหลักของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ประชาชาติธุรกิจ, 2560) “ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญของโลกมาโดยตลอด ปัจจุบันในปี 2560 มีนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามาถึง 29.9 ล้านคน มีจังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำของไทยถูกจัดอันดับให้เป็นเมืองน่าเที่ยวที่สุดในประเทศไทย เช่น แม่ฮ่องสอน ภูเก็ต เลย และหวังว่าจังหวัดกระบี่ จะได้รับการจัดอันดับต่อไป” (ประชาชาติธุรกิจ, 2560)

สำหรับเมืองสปาต้นแบบนี้จะเน้นการพัฒนาอัตลักษณ์ จุดขาย การเข้าถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนารูปแบบกิจกรรม และแพ็คเกจบริการอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการมีส่วนร่วม รวมทั้งบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ รวมทั้งเชื่อมโยงกับวิถีการดูแลสุขภาพแบบไทย และทำการตลาดในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ ล่าสุด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และคณะทำงานเมืองสปาลดงท่อม ได้ระดมความเห็นเพื่อกำหนดกลยุทธ์พัฒนา “เมืองสปาน้ำพุร้อน” เพื่อเติมเต็มยุทธศาสตร์จังหวัดกระบี่ ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติ สำหรับน้ำพุร้อนเค็มคลองท่อมเป็นบ่อน้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ น้ำมีรสชาติเค็ม ซึ่งบ่อน้ำพุร้อนลักษณะดังกล่าวมีอยู่เพียง 2 แห่งในโลก คือที่สาธารณรัฐเช็ก และที่ จ.กระบี่ ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 8 ต.ห้วยน้ำขาว อ.คลองท่อม ป่าชุมชนประมาณ 110 ไร่ มีอุณหภูมิของน้ำในบ่อประมาณ 40 - 50 องศาเซลเซียส น้ำร้อนเค็มมีลักษณะใสสะอาด สีสันสะท้อนกับท้องฟ้าเป็นสีมรกต ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรวมถึงคนในชุมชนนิยมมาแช่น้ำ เพราะมีความเชื่อสามารถรักษาโรคต่าง ๆ ได้ เช่น โรคเบาหวาน โรคปวดเมื่อยตามข้อกระดูก กระตุ้นการไหลเวียนโลหิต (ข่าวสด, 2558) ประธานชมรมสโมน้ำพุร้อนไทย กล่าวว่า ภาคเอกชนทั้งในพื้นที่คลองท่อมและอื่น ๆ ให้ความสนใจที่จะปรับโมเดลธุรกิจใหม่ให้สอดคล้องกับเมืองสปาน้ำพุร้อน เพื่อขยายตลาดนักท่องเที่ยวสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ นอกเหนือจากตลาดกลุ่มผู้สูงอายุที่มาเพื่อการรักษาหรือบำบัดโรค เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะมีการพัฒนาและออกแบบบริการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

ปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ประมาณ 3,000 คนต่อปี และมีแนวโน้มว่ามากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่น รัสเซีย และนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนในจังหวัดกระบี่ (ประชาชาติธุรกิจ, 2560) ซึ่งสถานประกอบการที่พักที่รองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีอยู่หลากหลาย การจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากในสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและการส่งมอบคุณค่าที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ทันเวลาและมีประสิทธิภาพ ด้วยต้นทุนที่คุ้มค่า ทำให้เราต้องให้ความสำคัญด้านนี้เป็นพิเศษ และหันกลับมาทบทวนสิ่งที่เราส่งมอบให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อรักษาจำนวนและเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น ไม่ใช่เพียงแต่ฤดูท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ต้องผลักดันส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวนอกฤดูกาลท่องเที่ยวด้วย

ณัฐาวารี น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นสถานประกอบการที่ให้บริการที่พักและน้ำพุร้อนเค็ม ที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าไปใช้บริการและมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ร้อยละ 40 ต่อปี อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย 1,800 บาท ลูกค้าส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยว รัสเซีย ญี่ปุ่น จีน มาเลเซีย มีต้นทุนในการบริการสูงและมียอดขายเติบโตในอัตราคงที่ ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาโดยมุ่งให้ความสำคัญด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทั้งระบบ จึงได้มีการศึกษารูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่บริการน้ำพุร้อนในจังหวัดกระบี่ : กรณีศึกษาณัฐาวารี น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์รูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาณัฐาวารี น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา
2. เพื่อนำเสนอรูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาณัฐาวารี น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา

กรอบแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาวิจัยในส่วนของปรับปรุงประสิทธิภาพจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่บริการน้ำพุร้อนในจังหวัดกระบี่ : กรณีศึกษาณัฐาวารี น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา ดังนี้

1. แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

การบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หมายถึง การจัดการกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาของสินค้าและบริการโดยการปฏิสัมพันธ์จะมีลักษณะบูรณาการเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและสนองตอบต่อความต้องการของตลาด โดยการผลการกระจายและการส่งมอบสินค้า และรวมถึงการสื่อสารสนเทศของข้อมูลและข่าวสารเพื่อลดต้นทุนรวมของธุรกิจและเพิ่มศักยภาพของการแข่งขัน เห็นได้ว่าการจัดการเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน เป็นกระบวนการ ที่อาศัยความร่วมมือทางธุรกิจตั้งแต่การจัดหาแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำ(Upstream Source) จนถึงกระบวนการการส่งมอบสินค้าและบริการปลายน้ำ (Downstream Customers) การเชื่อมอำนวยกระบวนการธุรกิจในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าและลูกค้าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำผู้บริโภคคนสุดท้าย (ธนิต โสรัตน์, 2550)

ซึ่งหมายรวมถึงกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังผู้ต้องการสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประเด็น คือ มุ่งที่จะลดต้นทุนรวมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ และสร้างความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่า (Robert B. Handfield & Ernest L. Nichols Jr.,1999)

นอกจากนี้ ยังมีความหมายของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management หรือSCM) ในประเทศไทยให้ความหมายไว้ว่าเป็นกระบวนการของการบริหารจัดการทุกขั้นตอนเริ่มตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบจนไปสู่กระบวนการผลิตกระบวนการสั่งซื้อจนกระทั่งส่งสินค้าถึงมือลูกค้าให้มีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมกับสร้างระบบให้เกิดการไหลของข้อมูลที่ส่งต่อทั่วทั้งองค์กร การไหลของข้อมูลยังหมายรวมไปถึงลูกค้าและผู้จัดส่งวัตถุดิบด้วย (การจัดการสายโซ่อุปทาน Supply Chain Management, ออนไลน์, 2009) และมานะ ชัยวงศ์โรจน์ (2546) กล่าวว่าว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain

Management) เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้องค์การยกระดับความสามารถในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การลดสินค้าคงคลัง การเพิ่มผลผลิตภาพ หรือ การลดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการทำงานส่งเสริมความเติบโตของธุรกิจ เช่น การลดต้นทุนธุรกิจในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนการบริหารห่วงโซ่อุปทาน เป็นกระบวนการโดยรวมของการไหลของวัสดุสินค้าตลอดจนข้อมูลและธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านตัวแทน หรือธุรกิจในฐานะการเป็นผู้ส่งมอบผู้ผลิตผู้จัดจำหน่ายไปจนถึงลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยที่องค์กรต่าง ๆ เหล่านี้มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจต่อกันในการปรับตัวขององค์กรเพื่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้น สิ่งสำคัญก็เพื่อให้้องค์การมีความสามารถในการบริหารความเติบโตของธุรกิจ และสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ ด้วยการปรับแนวคิดสร้างความเข้าใจ ในแนวคิดการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อจะสามารถพิจารณาและกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมและมีทิศทางที่ถูกต้อง

ดังนั้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงหมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังผู้ต้องบริโภค ด้วยการวางแผนและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพร่วมกัน และการให้ความสำคัญของการไหลของข้อมูลอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อ มุ่งที่จะลดต้นทุนรวม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ และสร้างความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่า

2. แนวคิดเกี่ยวห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว

Zhang et al. (2009) ได้ให้คำจำกัดความของ ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว หมายถึงเครือข่ายการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวการบริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงการส่งมอบการบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว

Tapper and Font (2004), Piboonrungraj and Disney (2009), Zhang et al. (2009) และ โดย Tapper and Font (2004) ได้เสนอกรอบแนวคิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย 16 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) การเดินทางเข้าออกแหล่งท่องเที่ยว
- 2) การขนส่งทางบก
- 3) การดำเนินงานทางบก
- 4) แหล่งท่องเที่ยว
- 5) กิจกรรมทางวัฒนธรรมสังคมและกีฬา
- 6) เฟอร์นิเจอร์เครื่องแกะสลัก
- 7) สาธารณูปโภคบริการและทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว
- 8) พลังงานและแหล่งน้ำ
- 9) การจัดการขยะ
- 10) การผลิตอาหาร
- 11) การชกกีฬ
- 12) การปรุงอาหารและเครื่องดื่ม
- 13) ที่พักอาศัย
- 14) การนำเที่ยว
- 15) การตลาดและการขาย
- 16) ลูกค้า

Zhang et al. (2009) ได้ริเริ่มพัฒนาแบบจำลองห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวขึ้นโดยมีขอบเขตอยู่ ภายในแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น ต่อมา Piboonrungraj and Disney (2009) ได้ปรับปรุงให้เป็นแบบจำลองห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบโดยพิจารณาตั้งแต่ การวางแผนท่องเที่ยว ตลอดจนการเดินทางท่องเที่ยวไปจนถึงบริการต่าง ๆ หลังการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ตั้งแต่เริ่มต้นการเดินทางจนถึงสิ้นสุดการเดินทาง

โดยงานวิจัยต่อเนื่องของ Piboonrungraj and Disney (2009) ที่ได้มีศึกษาถึงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าการร่วมมือกันของวิสาหกิจต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (ได้แก่ โรงแรม ชัฟฟลายเออร์ และ บริษัททัวร์) เช่น การแบ่งปันข้อมูล การตั้งทีม ทำงานร่วมกัน ตลอดจนการร่วมลงทุนระหว่างกันทั้งในด้านการพัฒนาบุคลากรและการลงทุนใน ด้านเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ต่าง ๆ นั้น จะช่วยให้วิสาหกิจเหล่านั้น มีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น และทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวของวิสาหกิจมากขึ้น สำหรับกลไกที่ทำให้การทำงานร่วมกันของวิสาหกิจเหล่านั้น ทำให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น นั้น Piboonrungraj, Disney and Williams (2011) ได้ศึกษาพบว่าการสร้างความร่วมมือกันภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเดียวกันนั้นจะสามารถทำให้วิสาหกิจลดต้นทุนการดำเนินการ (Transaction cost) ลงได้ ซึ่งส่งผลให้วิสาหกิจเองมีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

ในการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวมีการร่วมมือกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีการครอบคลุมการดำเนินงานของธุรกิจหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจชักรีด ธุรกิจบันเทิง ฯลฯ ซึ่ง Collier and Harraway (1997) ระบุว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน ซึ่งถือเป็นผู้ให้บริการโดยตรง (Direct Providers) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่

1. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีรูปแบบการขนส่งที่หลากหลาย เช่น การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

2. ที่พัก (Accommodation) ธุรกิจที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวและระหว่างการเดินทาง เช่น โรงแรม รีสอร์ท อพาร์ทเมนต์ เกสต์เฮาส์ ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่าง ๆ (Attractions Activities and Ancillary Services) ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ ต้องการได้รับความเพลิดเพลินสนุกสนานและประสบการณ์แปลกใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่ (sites) หรือ เหตุการณ์ (Events) ซึ่งเกิดได้ตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการให้บริการการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าออกประเทศ สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ

4.การขาย (Sales) เป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายบริการด้านการท่องเที่ยวจากผู้ให้บริการไปยังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ขายส่งบริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Travel Agents) ตัวแทนจำหน่ายและเฉพาะทาง (Specially Chandlers)

ต่อมา Richard Tapper (2004) ได้นำเสนอความเชื่อมโยงของธุรกิจภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยยังคงไว้ซึ่งองค์ประกอบหลักตามแนวคิดของ Collier and Harraway ได้แก่ การขนส่ง ที่พัก การขาย สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่าง ๆ และได้เพิ่มเติมองค์ประกอบที่สำคัญอื่นในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวอีก 12 ประเด็น ได้แก่ ลูกค้า (Customers) การตลาดและการขาย (Marketing & Sales) การจัดการนำเที่ยว (Tour operating) การจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม (Catering, food & beverages) ธุรกิจซักผ้า (Laundry) การผลิตอาหาร (Food Production) การกำจัดของเสียและนำกลับมาใช้ใหม่ (Waste recycling & disposal) ระบบไฟฟ้าและน้ำประปา (Energy & water supplies) โครงสร้างพื้นฐานและแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว (Infrastructure, services & resources of destinations) เฟอร์นิเจอร์และงานฝีมือ (Furniture & crafts) วัฒนธรรม เหตุการณ์ทางสังคมและกีฬา (Cultural, social & sports events) การเดินทางระยะสั้นและสิ่งดึงดูดใจ (Excursions & attractions) การขนส่งภาคพื้นดิน (Ground transport) และดำเนินการภาคพื้นดิน (Ground operations)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่า Richard Tapper นำเสนอความเชื่อมโยงในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไว้ถึง 16 ประเด็น แต่งานวิจัยของเขากลับเลือกศึกษาเฉพาะองค์ประกอบหลักในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ ที่พัก (Accommodation) การขนส่ง (Transport) การให้บริการนำเที่ยวและกิจกรรม (Ground handlers, excursions and activities) อาหารและงานฝีมือ (Food and craft)

3. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

ในยุคแรก การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีจุดมุ่งหมายเพื่อบำบัดรักษาสุขภาพของผู้ที่มาเยือนสปา ช่วงศตวรรษที่ 18 การอาบน้ำแร่กลายเป็นเรื่องปกติและมีสปาจำนวนมาก ซึ่งแพร่หลายไปทั่วยุโรปและที่อื่น ๆ นับเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวท้องถิ่น (Connell, 2006)

Goodrich & Uysal. (1994) กล่าวว่า ผู้คนจำนวนมากในสมัยโบราณเดินทางไปแช่น้ำและบ่อน้ำแร่เพื่อที่เยียวยารักษาโรคภัยไข้เจ็บ และเพื่อผ่อนคลายร่างกาย ดังที่เราเคยได้ยินว่าผู้คนนิยมแช่ตัวในแม่น้ำไนล์ หรือในอินเดียผู้คนนิยมลงแช่น้ำในแม่น้ำคงคา และแม่น้ำแยงซี ในประเทศจีน สำหรับชาวโรมันและอังกฤษ นิยมเดินทางไปอาบน้ำแร่ แช่น้ำพุร้อน หรือแม้กระทั่งดื่มกินเพื่อรักษาสุขภาพ ที่เมืองบาส ในประเทศอังกฤษ เช่นกัน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวที่เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างจังหวัด ซึ่งปัจจุบันนิยมกันมากในรูปแบบของศูนย์สุขภาพ (วรรณ วทวณิช, 2546)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เป็นมากกว่าการท่องเที่ยวที่มีการผสมผสานการท่องเที่ยวกับการดูแลสุขภาพเข้าด้วยกัน โดยประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก คือ (1) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และ (2) การดูแลสุขภาพทั้งกายและใจควบคู่กัน โดยนักท่องเที่ยวมีการวางแผนท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวซึ่งจะได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างทางด้านวัฒนธรรม และได้รับบริการจากการดูแลสุขภาพที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าแต่ได้รับบริการที่มีคุณภาพสูงควบคู่กันไป (จุฑาทิพย์ สุจริตกุล, 2553)

Kim, Y. H., Boo, C., & Kim, M. (2011) ได้สรุปไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวจาก ผู้อาศัยในที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเป้าหมายในการดูแลสุขภาพและการท่องเที่ยวควบคู่กัน

Carrera, P.M., & Bridges, J. F. P. (2006) ได้จำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวซึ่งได้ถูกวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อดูแลสิ่งที่เกี่ยวกับสุขภาพกายและสุขภาพใจ

การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเพื่อการบำบัดรักษาโรค บำรุงฟื้นฟู สุขภาพกาย สุขภาพจิต ในขณะที่เดียวกันก็เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ พร้อมทั้งเรียนรู้วัฒนธรรม (จามรี ชูศรีโณม, 2555)

จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และความต้องการของ

นักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Medical Tourism) เป็นการเดินทางที่มีจุดมุ่งหมายวัตถุประสงค์เพื่อรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพการรักษายาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งเพื่อท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยทั่วไปจึงมักมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บรรจุโปรแกรมการเข้าไปด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ต่อการบำบัดรักษาสุขภาพนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

2) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนหรือนอกที่พักอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด/ อบ/ ประคบสมุนไพร การบริการสวดมนต์บำบัด (Aroma Therapy) วารีบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุ

ร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น โดยทั่วไป จึงมักนิยมการเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ โดยจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นในการให้บริการดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการนิยามแพร่หลายเป็นอย่างมาก และมีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไปในตัวอีกด้วย

จุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทนี้ คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต การบำบัดรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และสังสรรค์ทางสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทักษะคิด และค่านิยมในการส่งเสริมและรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น การสร้างเสริมสุขภาพด้วยตนเองนั้นสามารถแสดงออกมาในรูปแบบของการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา การควบคุมน้ำหนักตัว การนิยมเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การทำจิตใจให้สงบด้วยการฝึกปฏิบัติสมาธิตามแนวพุทธศาสนา และการใช้ยารักษาโรคจากสมุนไพรที่มีผลกระทบข้างเคียงน้อย

รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ดูแลความงาม สปา (Beauty spa visitation) มีจุดมุ่งหมายการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนและปลีกเวลาเสริมความงามและบำรุงร่างกายเพื่อความงาม มักนิยมไปสปา อาบน้ำแร่หรือสระน้ำปรับอุณหภูมิ และบำรุงร่างกายด้วยแร่ธาตุใช้วัตถุดิบตามธรรมชาติ ปัจจุบัน โรงแรมและรีสอร์ท จะมีบริการสปาด้วย

2. การดำเนินชีวิตในที่พักผ่อน (Lifestyle resort visitation) มีจุดมุ่งหมายการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างไปจากรูปแบบการดำเนินชีวิตตามปกติ เพื่อการพักผ่อนและทำกิจกรรมในที่พักผ่อน เช่น เดินทางมาประชุมสัมมนา และมีกิจกรรมต่าง ๆ รวมอยู่ด้วย เช่น ออกกำลังกาย ทานอาหารที่มีประโยชน์ อดน้ำหนักและคลายเครียด

3. การฟื้นฟูพัฒนาจิตใจ (Spiritual retreat visitation) จุดมุ่งหมายการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูพัฒนาจิตใจเพื่อให้มีจิตใจที่เข้มแข็งมีพลัง ทำให้สุขภาพจิตดี รวมถึงการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น การนั่งสมาธิ การปฏิบัติธรรม หรือกิจกรรมอื่น ๆ ได้แก่ โยคะ ไร่ไถ้ เป็นต้น

รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) สำหรับประเทศไทยแบ่งรูปแบบของการจัดการ

ท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพตามจุดมุ่งหมาย ดังนี้

1. ทัวเรลแพทยแผนไทย เดินทางเพื่อไปท่องเที่ยว เยี่ยมชม สถานที่หรือวัด ที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับแพทยแผนไทยหรือนวดไทย เช่น วัดโพธิ์ที่มีประวัติความเป็นมาที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ซึ่งได้รับยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย รับฟังการบรรยายสรุปและชมการสาธิตการนวดไทยแผนโบราณเพื่อการรักษาโรคและการส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนเรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณจาก ผู้ที่มีความสามารถเปรียบเทียบกับวิธีการนวดแผนโบราณของประเทศไทยกับการนวดของประเทศอื่น ๆ ของโลก

2. ทัวเรลอาหารสมุนไพร เดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมศูนย์เกษตรสมุนไพร สวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร และศึกษาเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมทางด้านอาหารสมุนไพรไร้พิษที่แคลอรีต่ำ และเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การนวดแพทยแผนไทยและอบสมุนไพรเพื่อบำบัดรักษาโรคและบำรุงรักษาสุขภาพ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา/ ฝึกโยคะ/ ฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน และชมการสาธิตกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

3. ทวีร์สมุนไพรชนบท จุดมุ่งหมายเพื่อเยี่ยมชมทัศนศึกษาการปฏิบัติงานของกลุ่ม ชมรม สมาคม และผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการศึกษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยังอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอพื้นบ้านโดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพรในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยายสรรพคุณ รวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหมอพื้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่มชมรมหรือสมาคมสมุนไพร

4. ทวีร์เกษตรธรรมชาติ เพื่อเยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริและการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ ด้วยการฝึกฝนวิธีการปลูกผักพื้นบ้านสำหรับบริโภคได้เอง การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่ ไร่ปุ๋ย ไร่ยาฆ่าแมลง โดยมีการทัศนศึกษาและพบปะสนทนาและพูดคุย กับนักวิชาการพื้นบ้านเกษตรกรรมไทย

5. ทวีร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมทัศนศึกษาแหล่งน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ ที่มีอยู่ในหลายจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย และพักในโรงแรมและรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว หรือใกล้สถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ โดยมีการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามในจังหวัดอันเป็นที่ตั้งของน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่นั้น

6. ทวีร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา เยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติอันสวยงามและสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธศาสนา เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่ร่มรื่นงดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ใน วัดป่าธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการคลายเครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออก

7. ทวีร์แหล่งธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติและเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพที่สวยงาม โดยการเดินป่าสมุนไพรหรือขี่จักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพในอุทยานแห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างหลากหลายในสถานที่พักแรมประเภทโรงแรมและรีสอร์ทที่มีสถานบริการส่งเสริมสุขภาพแบบสปาให้เลือกใช้บริการได้

นักวิชาการจำนวนมากศึกษาถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation) มีทั้งแรงผลักดัน (Push factors) ที่ทำให้การเลือกจุดหมายปลายทางของแต่ละคนแตกต่างกันไป โดย แรงจูงใจแบบผลักดันเป็นปัจจัยที่เป็นแรงกระตุ้นภายในให้ผู้คนตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวหรือออกจากสภาพแวดล้อมเดิม ๆ และแรงจูงใจแบบดึงดูดส่งผลกระทบบตามแนวคิดของนักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมาย ปลายทาง เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยได้มีการศึกษาถึงแรงจูงใจและปัจจัยในการเลือกใช้บริการ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยพบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อยู่ในลำดับขั้นที่ 4 ของความต้องการดูแลสุขภาพสำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ที่แบ่งออกเป็น 5 ลำดับขั้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Maslow's Hierarchy of Need โดย

ลำดับขั้นที่ 1 คือความต้องการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ตรวจ สุขภาพประจำปี ฉีดวัคซีน และทันตกรรม

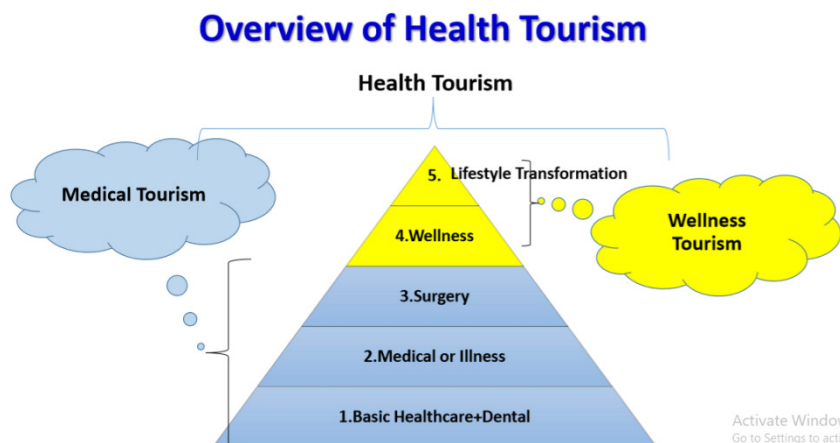
ลำดับขั้นที่ 2 คือ ความต้องการผ่าตัดและรักษาโรค

ลำดับขั้นที่ 3 คือ ความต้องการศัลยกรรมและเสริมความงาม

ลำดับขั้นที่ 4 การดูแลสุขภาพเชิงป้องกันและแบบองค์รวม

ลำดับขั้นที่ 5 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตด้วยการดูแลสุขภาพกายและใจให้สอดคล้องกับ ธรรมชาติ

ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการในลำดับขั้นที่แตกต่างกันจะมีแรงจูงใจและปัจจัยในการเลือกใช้ บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยจึง ควรปรับตัวและพัฒนาศักยภาพของตนให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มี ความต้องการในแต่ละระดับขั้นได้ (ณัฐวรรดี คณิตินสุทธิทอง, 2561)



รูปที่ 1 Hierarchy of Health Care Needs in Medical Tourism

ที่มา: ญัฐวรดี คณิตินสุทธิทอง (2561)

แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

2.4.1. ศิลปะการต่อยมวย (Thai Boxing)

2.4.2. สปา (Spa)

2.4.3. น้ำพุร้อน (Hot Spring)

2.4.4. ฟาร์มสเตย์ ออแกนิก (Organic Farm stay)

2.4.5. การปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิต การฟื้นฟูสุขภาพร่างกายและจิตวิญญาณ (Lifestyle Transformation) (ญัฐวรดี คณิตินสุทธิทอง, 2561)

4. แนวคิดที่พักแรมเพื่อสุขภาพที่มีบริการน้ำพุร้อน (The Hot Spring Hotel and Resort)

การศึกษาของ Siriphanapirat G., Panichpathom S., & Prechavech N. (2013) ได้จำแนกคุณลักษณะของที่พักหรือรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ (Health/Wellness Accomodation) เพื่อใช้ในการศึกษาปัจจัยที่สำคัญในต่อความพึงพอใจของลูกค้าแบ่งเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่ คุณภาพการบริการ (Staff Service quality) คุณภาพของห้องพัก (Room quality) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก (General amenities) มูลค่า (Value) ความปลอดภัย (Security) โปรแกรมเพื่อสุขภาพ (Health programs)

Sonthiraksa (2011) ชี้ว่าที่พักหรือรีสอร์ทเพื่อสุขภาพมีองค์ประกอบ 6 อย่าง ได้แก่ ความรู้ (Know-how) การดูแลทางการแพทย์ (Medical supervision) การดูแลผู้ป่วยเป็นรายบุคคล (Individual care) การให้ข้อมูล (Information) การผ่อนคลายความตึงเครียด (Relaxation) เสริมความงาม (Beauty) หลักสูตรดูแลสุขภาพ (Programs/courses) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการมีสุขภาพที่ดี เช่น การควบคุมน้ำหนัก การล้างพิษ โยคะไทจิ ไทชิ จีกง ผักสมารี การฟื้นฟูความอ่อนเยาว์ เป็นต้น และการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพอื่น ๆ

ตารางที่ 1 ญัฎฐาวารี น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปาสถานประกอบการโรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่

ชื่อสถานประกอบการ	ที่ตั้ง	สิ่งอำนวยความสะดวกและอัตราการเข้าพัก
1. ญัฎฐาวารี น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา	ที่อยู่ : 393 ม. 5 ต. โคกยาง อ. เหนือคลอง จังหวัด กระบี่ เปิดดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2552 เบอร์โทรศัพท์ : 075 – 601642 , 089 - 5777789 www.hotspring@hotmail.com	● 24 ห้อง 9 mineral hot springs pools, 1 mineral swimming pool, 1 swimming pool, 20 Private hot springs rooms มีพื้นที่ 10 ไร่ ● จำนวนลูกค้าลดลง มีอัตราการเฉลี่ยการเข้าพัก 40 % ต่อวัน เนื่องจากลูกค้ารัสเซียที่เคยมีกำลังซื้อสูงด้วยสภาพเศรษฐกิจ ทำให้กำลังซื้อของชาวรัสเซียลดลง 1.Superior 20 Rooms , price 2,500 Bath 2.Deluxe 3 Rooms ,price 3,500 Bath 3.Executive 1 Room , price 5,500 Bath ● บริการอาหารและเครื่องดื่ม A la carte ● น้ำพุร้อนเค็ม ● สปา ● Package 3 วัน 2 คืน โดยทางโรงแรมจัดเอง และอีกส่วนหนึ่ง Outsource ● มุมถ่ายภาพ บันทึกความทรงจำ ● รถรับส่ง

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

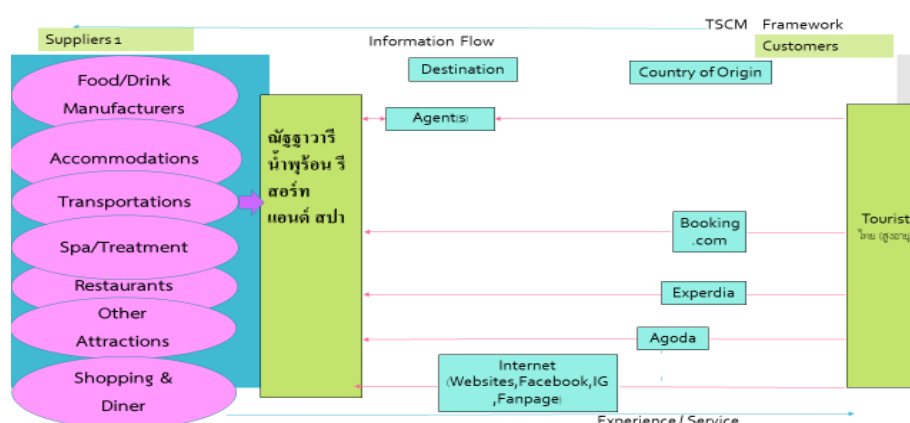
1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) (Marshall, 1995) โดยการศึกษารวบรวมข้อมูลโดยการค้นคว้าเอกสารวิชาการ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารจากการสำรวจต่าง ๆ และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทั้งนี้ ผู้วิจัยต้องไม่มีอคติหรือใส่ความคิดความรู้สึกของตนเองเข้าไป (Williamson & Long, 2005) เพื่อใช้ในการยืนยันข้อมูลที่ได้

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสังเกตการณ์ และทดลอง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเป็นผู้ประกอบการ หรือผู้จัดโรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการน้ำพุร้อนญัฎฐาวารี น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปาจังหวัดกระบี่ แบบกรณีศึกษา (Case Study) โดยการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการบ่อน้ำพุร้อนน้ำพุร้อนญัฎฐาวารี น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา ผู้จัดการ หัวหน้าฝ่าย พนักงานและนักท่องเที่ยว จำนวนรวมทั้งสิ้น 7 คน

ผลและอภิปรายผล

1. สถานการณ์รูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาณัฐวารีย์ น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย สถานประกอบการจะดำเนินการเชื่อมโยง กับ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสถานที่พัก ธุรกิจ การขนส่ง ธุรกิจสปา/Treatment ธุรกิจห้องภัตตาคารร้านอาหาร ธุรกิจ หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และธุรกิจซื้อขายของฝากของที่ระลึก ในส่วนของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย สถานประกอบการได้ดำเนินการเชื่อมโยง ผ่าน ทาง 1) ตัวแทนการขายในประเทศ 2) Booking.com. 3) Expedia 4) Website ของณัฐวารีย์ 5) Facebook ของณัฐวารีย์ 6) IG ของณัฐวารีย์ และ 7) Fanpage ของณัฐวารีย์

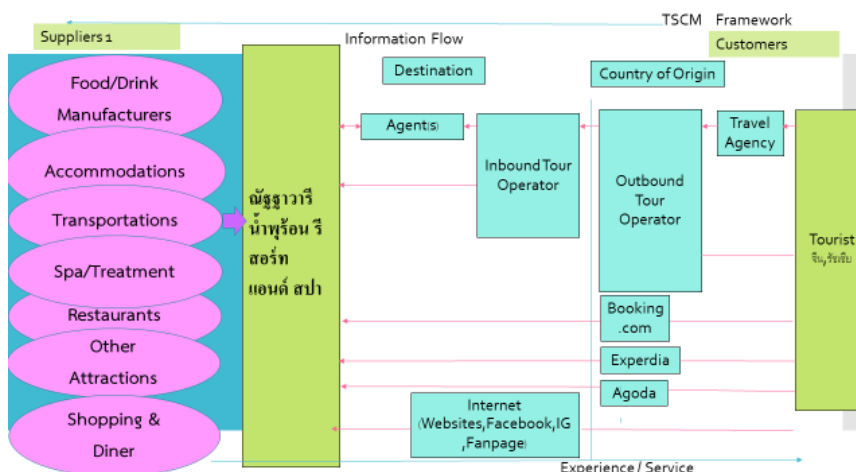


รูปที่ 2 Supply Chain Tourism for Nattha Waree Hot Spring Resort and Spa

(รูปแบบปัจจุบันสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย)

ที่มา : ปรับปรุงมาจาก Tourism Supply and Demand. Jinnapas Pathumporn (2017)

สำหรับนักท่องเที่ยวจีน รัสเซีย สถานประกอบการจะดำเนินการเชื่อมโยง กับ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสถานที่พัก ธุรกิจ การขนส่ง ธุรกิจสปา/Treatment ธุรกิจห้องภัตตาคารร้านอาหาร ธุรกิจ หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และธุรกิจซื้อขายของฝากของที่ระลึก ในส่วนของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย สถานประกอบการได้ดำเนินการเชื่อมโยง ผ่าน ทาง 1) ตัวแทนการขายในต่างประเทศ 2) ตัวแทนขายในประเทศ 3) ธุรกิจจัดนำเที่ยวเข้าในประเทศ 4) Booking.com. 5) Expedia 6) Websiteของณัฐวารีย์ 7) Facebookของณัฐวารีย์ 8) IG ของณัฐวารีย์ และ 9) Fanpage ของณัฐวารีย์



รูปที่ 3 Supply Chain Tourism for Nattha Waree Hot Spring Resort and Spa

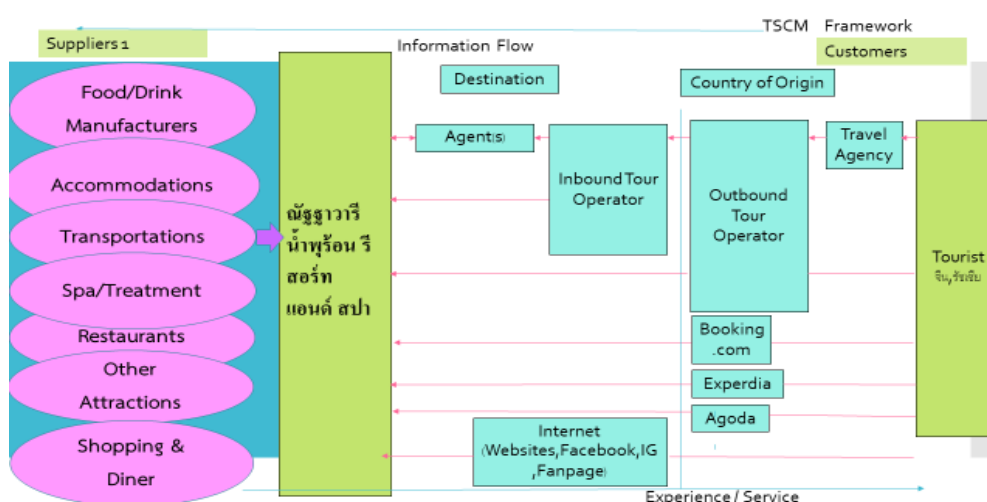
(รูปแบบปัจจุบันสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน,รัสเซีย)

ที่มา : ปรับปรุงมาจาก Tourism Supply and Demand. Jinnapas Pathumporn (2017)

2. รูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาณัฐวาริ น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา

สำหรับนักท่องเที่ยวจีน รัสเซีย สถานประกอบการจะดำเนินการเชื่อมโยง กับ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสถานที่พัก ธุรกิจ การขนส่ง ธุรกิจสปา/Treatment ธุรกิจห้องภัตตาคารร้านอาหาร ธุรกิจ หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และธุรกิจซื้อขายของฝากของที่ระลึก

ในส่วนช่องการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน และรัสเซีย สถานประกอบการได้ดำเนินการเชื่อมโยง ผ่านทาง 1) ตัวแทนการขายในต่างประเทศ 2) ตัวแทนขายในประเทศ 3) ธุรกิจจัดนำเที่ยวเข้าในประเทศ 4) ธุรกิจนำเที่ยวใน ต่างประเทศ 5) Booking.com. 6) Expedia 7) Website ของณัฐวาริ 8) Facebook ของณัฐวาริ 9) IG ของณัฐวาริ และ 10) Fanpage ของณัฐวาริ



รูปที่ 4 Supply Chain Tourism for Nattha Waree Hot Spring Resort and Spa

(แนวทางการเชื่อมโยงรูปแบบใหม่)

ที่มา : ปรับปรุงมาจาก Tourism Supply and Demand. Jinnapas Pathumporn (2017)

จากผลวิเคราะห์ข้อมูล จากรูปที่ 2 และ รูปที่ 3 เป็นรูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาณัฐวารีย์ น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ในส่วนของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย สถานประกอบการได้ดำเนินการเชื่อมโยง ผ่านทาง 1) ตัวแทนการขายในประเทศ 2) Booking.com 3) Experia 4) Website ของณัฐวารีย์ 5) Facebook ของณัฐวารีย์ 6) IG ของณัฐวารีย์ และ 7) Fanpage ของณัฐวารีย์ และในส่วนของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน และ รัสเซีย สถานประกอบการได้ดำเนินการเชื่อมโยง ผ่านทาง 1) ตัวแทนการขายในต่างประเทศ 2) ตัวแทนขายในประเทศ 3) ธุรกิจจัตนาเที่ยวเข้าในประเทศ 4) Booking.com. 5) Experia 6) Websiteของณัฐวารีย์ 7) Facebookของณัฐวารีย์ 8) IG ของณัฐวารีย์ และ 9) Fanpage ของณัฐวารีย์ ซึ่งการเชื่อมโยงในประเทศและต่างประเทศ มีความแตกต่างกัน โดยการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน และรัสเซีย มีการเชื่อมโยงผ่านทาง ตัวแทนการขายในต่างประเทศ และธุรกิจนำเที่ยวเข้าในประเทศ ซึ่งถือเป็นการเชื่อมโยงที่สร้างรายได้หลักให้กับกิจการในปัจจุบัน และรูปที่ 4 เป็นการค้นพบ จากการปรับปรุง Tourism Supply and Demand Jinnapas Pathumporn (2017) ในส่วนของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน และรัสเซีย สถานประกอบการได้ดำเนินการเชื่อมโยง ได้พบช่องว่างที่เป็นโอกาส ในการเชื่อมโยงผ่านทางตัวแทนการขายในต่างประเทศ ในการขยายฐานลูกค้า และลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถลดต้นทุนได้ ร้อยละ 20

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยรูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ณัฐวารีย์ น้ำพุร้อน รีสอร์ท แอนด์ สปา พบว่า สามารถนำเสนอรูปแบบการเชื่อมโยงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ง่ายในการบริหารจัดการและสามารถเชื่อมโยงเพื่อธุรกิจนำเที่ยวในต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องโดยสามารถลดต้นทุนในช่องทาง การขาย โดยลดต้นทุนได้ ร้อยละ 20 โดยกิจการสามารถวางแผนการดำเนินงานกำหนดเป้าหมายในอนาคต เพื่อให้กิจการมีการเชื่อมโยงโดยตรงอีกช่องทางหนึ่ง โดยนำเสนอรูปแบบการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน และรัสเซีย สถานประกอบการได้ดำเนินการเชื่อมโยง ผ่านทาง 1) ตัวแทนการขายในต่างประเทศ 2) ตัวแทนขายในประเทศ 3) ธุรกิจจัตนาเที่ยวเข้าในประเทศ 4) ธุรกิจนำเที่ยวในต่างประเทศ 5) Booking.com. 6) Experia 7) Website ของณัฐวารีย์ 8) Facebook ของณัฐวารีย์ 9) IG ของณัฐวารีย์ และ 10) Fanpage ของณัฐวารีย์

ข้อเสนอแนะ

กิจการควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน โดยเชื่อมโยงธุรกิจจัตนาเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) และการสื่อสารทางการตลาด(Marketing Communication) เพื่อที่จะรองรับลูกค้าโดยตรง และลดต้นทุนได้ ร้อยละ 20 ซึ่งในส่วนนี้สามารถนำไปวางแผนการดำเนินงาน การจัดการกลยุทธ์ และดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร แผนปฏิบัติการ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ยอดขายเพิ่มขึ้น กำไรเพิ่มขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบพระคุณนางสาวณัฐประภา พงษ์สิมา กรรมการผู้จัดการบริษัท ณัฐวุฒิ เอ็น เอส พี 2007 จำกัด ที่อยู่: 393 หมู่ 5 ตำบลโคกยาง อำเภอเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ เป็นอย่างสูงที่ในโอกาสในการร่วมศึกษาในด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา มา ณ โอกาสนี้

บรรณานุกรม

- 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.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: sea, sun, sand and surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100.
- Global Wellness Economic Institution. (2018). Global Wellness Economy Monitor, October, 2018
- Goodrich, J. N., & Uysal, M. (1994). Health tourism: A new positioning strategy for tourist destinations. *Journal of International Consumer Marketing*, 6(3), 227-238.
- Kim, Y. H., Boo, C., & Kim, M. (2011). A Case Study of Health Tourism in the Jeju Province, South Korea. *Hospitality Review*, 29(1), 4.
- Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5-17.
- Piboonrungraj, P. and Disney, S.M. (2009). Tourism Supply Chains: A Conceptual Framework, Exploring Tourism III: Issue in PhD Research. In: Proceeding of the PhD. Networking Conference, July 2009. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute.
- Piboonrungraj, P., Disney, S.M. and Williams, S.J., (2011). Mediating effect of transaction costs in supply chain relationships: An empirical examination. *British Academy of Management Annual Conference*, 13th - 15th September, Aston University, Birmingham, UK.
- Robert B. Handfield and Ernest L. Nichols, Jr. (1999). *Supply Chain Management Introduction to Supply Chain Management*. New Jersey.
- Siriphannapirat G., Panichpathom S., & Prechavech N. (2013). The Effect of Health and Wellness Resort Attributes on Customer Satisfaction and Post-Purchase Behavioral Intentions. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(12), 1283-1298.
- Sonthiraksa, T. (2011). Wellness Hotel. *e-TAT Tourism Journal*, 36-39.
- Tapper, R. & Font, X. (2004). Tourism supply chains: Report of a desk research project for the travel foundation, Report of a desk research project for the travel foundation, Leeds Metropolitan University, Environment Business & Development Group.
- Williamson, T., & Long, A. F. (2005). Qualitative data analysis using data display. *Nurse Researcher*, 12(3), 7-19.
- Zhang, X., Song, H. & Huang, G. Q. (2009). 'Tourism supply chain management: A new research agenda', *Tourism Management* 30(3), 345-358.
- การจัดการสายโซ่อุปทาน (2552). การจัดการสายโซ่อุปทาน Supply Chain Management. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2561, จาก : <http://suchaya511341053.blogspot.com/2009/11/supply-chainmanagement.html>
- ข่าวสด. (2558). กระบี่ทุ่ม15ล้าน-พัฒนาน้ำพุร้อนเค็ม แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. วันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2558 ปีที่ 25 ฉบับที่ 8972 ข่าวสดรายวัน หน้า 6
- จามรี ชูศรีโณม ปุณยวิทย์ ศรีรัตน์ และนิภาพร แซ่เจ๋น. (2555). การศึกษาความพร้อมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: กรณีศึกษาอุทยานบ่อน้ำร้อน ตำบลวังหิน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 35(3), 91-114.
- จุฑาทิพย์ สุจริตกุล. (2553). การวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 7(13), 78-86.

ณัฐวรรดี คณิตินสุทธิทอง. (2561). ความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย.

The 24th International Society for Business Innovation and Technology Management Conference 2018.

ณัฐประภา พงษ์สิมา กรรมการผู้จัดการบริษัท ณัฐวุฒิ เอ็น เอส พี 2007 จำกัด. (2561). (18 กันยายน). การสัมภาษณ์.

ธนิต โสรัตน์. (2550). การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ : วี-เชิร์ฟ โลจิสติกส์, 2550.

ประชาชาติธุรกิจ. (2560). คลองท่อม...เมืองสปา ชู “น้ำพุร้อนเค็ม” ดึงตลาดสุขภาพ. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2561, จาก

<https://www.prachachat.net/local-economy/news-21989>

มานะ ชัยวงศ์โรจน์. (2546). คุณรู้จัก Supply Chain ดีจริงหรือ?. โปรดักทีวี่ตี เวิลด์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 44 หน้า 25-30.

วรรณ วลัยวานิช. (2546). ความหมายของนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.