



## รายงานการวิจัย

เรื่อง

กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดระนอง  
Strategies to Promote Medical Tourism in Ranong

โดย

นางสาววิริยา บุญมาเลิศ

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดระนอง  
Strategies to Promote Medical Tourism in Ranong

โดย

ผู้วิจัย

นางสาววิริยา บุญมาเลิศ

สังกัด

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ISBN XXXXXXXXXXXX

## บทคัดย่อภาษาไทย

ชื่อรายงานการวิจัย : กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดระนอง  
ชื่อผู้วิจัย : นางสาววิริยา บุญมาเลิศ  
ปีที่ทำการวิจัย : 2560

การวิจัยศึกษาเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดระนอง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำพุร้อน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดระนอง 2) แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง โดยยกทำการศึกษาคอบคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่จังหวัดระนอง ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งแบ่งเป็นนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือผู้วิจัยได้อ้างอิงข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง โดยการแจกแบบสอบถามในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดระนองในเดือนธันวาคม 2559 ถึงเดือนมกราคม 2560 ซึ่งจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษ เพื่อได้ทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนอง ซึ่งจะได้เป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนอง

จากการศึกษาพบว่าเพศหญิงนิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดระนองมากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 57.25 และ 42.75 ตามลำดับ ช่วงอายุที่นิยมท่องเที่ยวพบว่าอายุ 15-23 ปี มีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดระนองมากที่สุดร้อยละ 28.75 และรองลงมาคืออายุ 33-41 ปี ร้อยละ 26.75 สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีการท่องเที่ยวสูงสุดร้อยละ 46.00 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการแสดงความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากโดยมีค่า  $\bar{X} = 3.95$  ในด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่า  $\bar{X} = 3.91$  ด้านช่องทางจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากโดยมีค่า  $\bar{X} = 3.78$  ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากโดยมีค่า  $\bar{X} = 3.34$  และเมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมากโดยมีค่า  $\bar{X} = 3.79$  นอกจากนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเรื่องเส้นทางการคมนาคมและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนองให้มากขึ้น

**คำสำคัญ :** กลยุทธ์, กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด, นักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

## บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

Research Title : Factors that influence the potential of restaurant business for Cultural Halal tourism to support AEC's logistic route  
Author : Miss Wiriya Boonmalert  
Year : 2017

### Abstract

Research study on strategies to promote health tourism Ranong aims: 1) To study and review of medical tourism in the hot springs. And eco-tourism of the province. 2) strategic approach to promoting health tourism. And strategies to promote the tourism market of the province. In a study covering the area of health tourism in the province. Researchers have determined the population sample was divided into tourist destinations in Thailand. Tours and leisure travel, health tourism of Ranong. The findings are reliable, the researchers refer Tourism Authority of Thailand to visit the province. The questionnaires during peak periods of the province in December 2016 to late January 2017, which amounts to a lot of tourists. In order to understand the behavior and opinions of tourists in traveling to medical tourism Ranong. This will be a strategic approach to promoting health tourism and health medical tourism marketing strategy to promote the province.

The study found that female popular health tourism Ranong than men By 65.25 and 34.75 percent, respectively, ages 15 - 23 years old were the most popular tourist destinations are getting healthier Ranong 28.75 percent and the second was aged 33 - 41 years old, married, with 46.00 percent, up 49.00 percent on a tour of the respondents to comment on the medical tourism hot springs in the product in very valuable  $\bar{x}= 3.95$ , the price was high, with a  $\bar{x} = 3.91$ , the distribution channels at a high level with an  $\bar{x}= 3.78$  promotion.

**Keywords:** Strategy, Marketing Mix Strategy, Tourists, Health Tourism

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดระนอง อย่างมีส่วนร่วมเนื่องจากบุคคลหลายท่านได้กรุณาช่วยเหลือให้ข้อมูลข้อเสนอแนะ คำปรึกษาแนะนำ ความคิดเห็น และกำลังใจ

ขอบคุณสถานประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักท่องเที่ยว ที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้รายงานการวิจัยของผู้สำเร็จจุฬาลง

ท้ายสุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และขอขอบคุณพี่และน้องที่ได้ช่วยส่งเสริมสนับสนุนกระตุ้นเตือน และเป็นกำลังใจตลอดมาให้ผู้เขียนจัดทำรายงานการวิจัย

วิริยา บุญมาเลิศ  
กรกฎาคม 2561

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์	6
<b>บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 ข้อมูลทั่วไป	9
2.2 ทฤษฎี สมมติฐาน และหรือกรอบแนวความคิดของการวิจัย	17
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	42
3.3 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	42
3.4 ระยะเวลาการวิจัย	44
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	45
<b>บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการวิจัย	61
5.2 ข้อเสนอแนะ	62
บรรณานุกรม	63
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก ตัวอย่างเครื่องมือฉบับสมบูรณ์	64
ภาคผนวก ข ประวัตินักวิจัย	67

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 4.1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
ตาราง 4.2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ	47
ตาราง 4.3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ	47
ตาราง 4.4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ	48
ตาราง 4.5 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานภาพสมรส	49
ตาราง 4.6 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้ต่อเดือน	49
ตาราง 4.7 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษาสูงสุด	50
ตาราง 4.8 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษาสูงสุด	51
ตาราง 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านเหตุผลที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	53
ตาราง 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	54
ตาราง 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	55
ตาราง 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	56
ตาราง 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการคมนาคม	57
ตาราง 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านความปลอดภัย	57

ตาราง 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้าน ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	58
ตาราง 4.16 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคของ นักศึกษารที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนอง	59
ตาราง 4.17 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคของ นักศึกษารที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนอง	59
ตาราง 4.18 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคของ นักศึกษารที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนอง	60



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2020	1
ภาพที่ 2.1 โลจิสติกส์กับกระแสการเคลื่อนย้าย 3 กระแส	28
ภาพที่ 2.2 วิวัฒนาการของแนวคิดโลจิสติกส์กับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน	29