

การสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ในจังหวัดเชียงราย

Creation Storytelling of Health Tourism Sites in Chiang Rai

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ 29 มิถุนายน 2563

กรกนก นิลคำ*

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ 2 สิงหาคม 2563

Kornkanok Nindum*

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ 26 สิงหาคม 2563

บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากกระแสการรักสุขภาพ ความต้องการมีอายุยืนยาว หรือความเจ็บป่วยจากโรคภัยไข้เจ็บ หรือภาวะความกดดันจากการทำงาน จึงปรากฏการศึกษาค้นคว้าทางด้านนี้มากขึ้นตามลำดับ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติที่เป็นเป้าหมายของงานวิจัย ผู้ให้ข้อมูล คือผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์ สังคมศาสตร์ และการท่องเที่ยว สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเชียงรายได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ โดยมีการนำศาสตร์ในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นภูมิปัญญา

* ปร.ด. (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2558) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำแขนงวิชา
ดิจิทัลมีเดีย โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ช่องทางการติดต่อ: 80 หมู่ที่ 9 ต. บ้านดู่ อ. เมือง จ. เชียงราย 57100 หรือ n_kornkanok@yahoo.com

* lecturer, Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University,
Chiang Rai, Thailand E-mail: n_kornkanok@yahoo.com

ของคนท้องถิ่นมาให้บริการเพื่อส่งเสริมและบำบัดทางสุขภาพทั้งร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ การท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถสร้างการเล่าเรื่องด้วยการเลือกวิธีการเล่าเรื่องที่นำเสนอใจผสมผสานไปกับเรื่องราวของชุมชน/สินค้า/บริการ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าไว้ด้วยกัน โดยการเพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ 1) ชุมชนต้องกำหนดวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายของการเล่าเรื่อง ซึ่งมาจากการสรุปข้อมูลพื้นฐานจากการทำสำรวจเบื้องต้น สมาชิกในชุมชนหรือร่วมกันในการกำหนดจุดเด่น (สินค้า/บริการ/กิจกรรม) เกี่ยวกับสุขภาพกายและใจ เพื่อเป็นแก่นเรื่องของการสร้างจุดขาย สร้างเรื่องเล่าประกอบแก่นเรื่อง และการสร้างคุณค่าที่มากกว่าสิ่งที่ป็นรูปธรรม เพราะกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะชนชั้นกลางต้องการการตอบสนองทางด้านจิตใจที่มีความหมายมากกว่าสิ่งที่สัมผัสได้ทางกายภาพ 2) นำจุดเด่นมาพัฒนาเพื่อหาความแตกต่างโดยการสร้างกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การสร้างองค์ประกอบแวดล้อมที่สนับสนุนเรื่องเล่า เพื่อให้เรื่องเล่าชัดเจนโดดเด่นมากขึ้น ได้แก่ กิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นมาโดยการเล่าเรื่องตั้งแต่เข้าถึงค่าควรสะท้อนความเป็นอยู่ที่ใส่ใจครอบคลุมทั้งกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์และส่งผลต่อกันที่เป็นวงจรหมุนเวียน อาทิ ศูนย์วิปัสสนาสากล ไร่เชิญตะวัน หรือโฮมสเตย์บ้านท่าซนทองที่อำเภอเชียงแสนที่สามารถสร้างการเล่าเรื่องราวได้ครบทุกด้าน ที่เป็นความสัมพันธ์กันระหว่างสุขภาพทางกายที่ส่งผลต่อใจและจิตวิญญาณ 3) การเลือกวิธีการสื่อสารผ่านสื่อ และ 4) นำเรื่องเล่าที่สร้างสรรค์เผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ รวมถึงความเข้าใจความเป็นชุมชนที่สื่อสารออกไป

คำสำคัญ: การสร้างการเล่าเรื่อง / การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ / จังหวัดเชียงราย

Abstract

Presently, health tourism attracts more attention of tourists due to the health-conscious trend, a wish to live longer, illness, or tensions from work. Studies and research on health tourism have proliferated to keep pace with developments in the health & wellness sector. This research has the objective to study story-telling of health tourism sites in Chiang Rai province with the use of qualitative methodology. In-depth interviews were conducted with specific samples selected. The samples therefore comprised experts in communication arts, social sciences and tourism. The summary of the research findings are as follows:

Health tourism in Chiang Rai was gaining popularity among Thai and foreign tourists. Wellness science based on the local wisdom is adopted to provide services that enhance and treat the body, mind and spirit. Health tourism can tell a story starting with choosing an interesting story-telling method to convey messages about communities/products/services, culture and health tourism while adding value to health tourist sites. The story-telling process consists of 1) communities setting the objectives and target group based on each community's basic information gathered by surveys. Members of the community brainstorm to determine the highlights of products/services/activities in terms of the physical and mental well-being before setting the theme for the story. This is the selling point around which a story should be built. Moreover, the value of health tourism sites

that goes beyond concrete objects is presented since the target group, particularly the middle-class, want to be mentally satisfied. They want something more than objects that they can physically touch.

2) Using outstanding features of each community to set it apart from the others. Arranging interesting activities with the use of surrounding elements that support the story and make it even more outstanding. Examples of such activities include activities that take place in the morning until evening to demonstrate a health-conscious lifestyle for the body, mind and spirit. Such activities denote relations and interactions in an infinite circle such as The Cherntawan International Meditation Center or The Ban

Tha Khanthong Chiang Saen District that can create story telling in all aspects Which is a relationship between physical health that affects the mind and the soul. 3) Choosing communication methods through media to present the content in a short-story form and finally 4) Presenting the created story to the target group with regard to what tourists want and their perception of the community in the story.

Keywords: Creation Storytelling / Health Tourist / Chiang Rai

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันศักยภาพทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีบทบาทต่อการพัฒนาสังคมในทุกด้าน เนื่องจากปรากฏรูปแบบการท่องเที่ยวในหลากหลายลักษณะ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หรือการเยี่ยมชมทางธรรมชาติที่ล้วนแล้วสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับคามนิยมนักท่องเที่ยวซึ่งเชียงรายตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศไทย เป็นดินแดนที่มีทัศนียภาพทางธรรมชาติที่งดงาม สภาพภูมิอากาศที่สดชื่นหนาวเย็นสบาย เป็นแหล่งอารยธรรมศิลปวัฒนธรรมประเพณีล้านนาที่มีเสน่ห์และอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น จึงเป็นเหตุผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวที่ขยายตัวเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่มีความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งผู้สูงอายุ กลุ่มผู้ป่วย หรือผู้ที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากความตึงเครียดจากการทำงาน หรือรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ ที่ต้องการเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากเดิม อีกทั้งรายรอบไปด้วยวิถีชีวิตทางธรรมชาติที่สวยงาม โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับความประทับใจไปกับกิจกรรมอันหลากหลายลักษณะ เพื่อได้รับการบริการบำบัดรักษาสุขภาพในการฟื้นฟูทั้งสุขภาพทางกายให้แข็งแรง จิตใจที่สดชื่นมากขึ้น รวมถึงความสงบสุขทางจิตวิญญาณ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีอยู่ 3 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มธุรกิจสปา กลุ่มธุรกิจแช่น้ำร้อนและบ่อน้ำแร่ และกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวพร้อมดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มธุรกิจย่อยอื่น ๆ ที่สามารถจัดอยู่ในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น ธุรกิจอาหารเสริมเพื่อสุขภาพและลดน้ำหนัก ธุรกิจการแพทย์เชิงป้องกัน ธุรกิจการออกกำลังกายและจิตใจ ธุรกิจการแพทย์ทางเลือก ธุรกิจความงามและการชะลอวัย เป็นต้น (ณัฐวรวิทย์ คณิติน

สุทธิทอง, 2561) จากข้อมูลของ Global Wellness Institute ในปี ค.ศ.2017 ซึ่งให้เห็นว่า มูลค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากทั่วโลกมีการขยายตัวอยู่ในลำดับต้นของรูปแบบทางธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหมด ดังแผนภาพด้านล่างนี้ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 33)



ภาพที่ 1 มูลค่าของเศรษฐกิจเชิงสุขภาพของโลก
ที่มา Global Wellness Institute (2017)

จากข้อมูลข้างต้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายได้นั้นประกอบไปด้วยหลายปัจจัย อาทิ ผลลัพธ์ทางสุขภาพที่แข็งแกร่งมากขึ้น การลดภาวะความเครียด การได้รับคำแนะนำจากผู้ชำนาญเฉพาะทาง หรือการสร้างการสื่อสารที่ชัดเจนของกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว สำหรับการสื่อสารด้วยการเล่าเรื่อง (Storytelling) เป็นรูปแบบการสื่อสารแนวใหม่ที่

สามารถตอบโจทยความต้องการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ได้ โดยการ
ผลิตเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ น่าประทับใจ จรรโลงจิตใจ มีเอกลักษณ์ ซึ่งสามารถ
สร้างคุณค่า และกระตุ้นความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายจนนำไปสู่การสร้างและมี
ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวได้

การสื่อสารด้วยการสร้างการเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพถือเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยใช้การสื่อสาร
สร้างกระแสความสนใจในการมาท่องเที่ยวด้วยการสร้างและขยายเนื้อหาสาระที่
น่าสนใจและชัดเจนผ่านพื้นที่สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่นำมาสู่การมาท่องเที่ยวและ
เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาองค์ประกอบของสาร
และช่องทางการสื่อสาร เพราะข้อมูลข่าวสารสามารถสร้างการรับรู้ เปลี่ยนแปลง
ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวลักษณะนี้ได้ หรือเกิดการเดินทางมาท่องเที่ยว
และช่องทางการสื่อสารอย่างสื่อกระแสหลัก รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสื่อ
ดิจิทัลได้ก้าวขึ้นมาเป็นบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่อง
เที่ยวได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นนวัตกรรมการสื่อสารในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนที่
สามารถตอบโจทยความต้องการของข้อมูลข่าวสารโดยปราศจากเงื่อนไขด้านเวลา
และสถานที่ สามารถเข้าถึงและเชื่อมโยงติดต่อสื่อสารได้อย่างทันทีทันใด

จากที่กล่าวมาข้างต้น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นสถาบัน
อุดมศึกษาในการบริการทางวิชาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ทำหน้าที่
เป็นหน่วยงานทางวิชาการ สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน ผู้วิจัยจึงสนใจ
ศึกษาการสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย
เพื่อสร้างและเพิ่มรายได้ให้แก่ชาวเชียงราย อันจะเป็นตัวอย่างที่ดีในการสร้าง
การสื่อสารเพื่อประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงรูปแบบการท่องเที่ยว
อื่นที่มีลักษณะใกล้เคียง หรือสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่นำผลการวิจัยไป
ใช้ประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนากการสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้

เติบโตอย่างมีคุณภาพ เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในพื้นที่อื่น ซึ่งจะเป็นการพัฒนา ด้านสังคมและเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนอื่น ๆ และส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัด เชียงราย

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1) ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษา คือ การสร้าง การเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงรายรูปแบบใหม่ โดย

เฉพาะมุ่งความสำคัญที่มีมิติด้านการสร้างนวัตกรรมการเล่นเรื่องด้วยเนื้อหาสาระและ
ช่องทางการสื่อสาร

2) ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่ศึกษาคือ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงรายโดยภาพรวมที่จะสามารถพัฒนาการ
สร้างการเล่นเรื่อง เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย อาทิ ณ ศูนย์
วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน หรือโฮมสเตย์บ้านท่าคันทอง อำเภอเชียงแสน เป็นต้น

3) ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล การสร้างการเล่นเรื่องเพื่อแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งได้กำหนด
กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ นักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์หรือ
การสื่อสาร สังคมศาสตร์ และการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย เพื่อวางแผนและพัฒนาการสร้าง
การเล่นเรื่อง ทำให้เกิดการสร้างอาชีพและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพสู่ชุมชน

2) ผลจากการวิจัยจะทำให้ชุมชนผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ในจังหวัดเชียงรายได้เกิดจิตสำนึกอนุรักษ์และหวงแหนชุมชน เห็นถึงคุณค่าศิลปะ
และมรดกวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นดั้งเดิม ทรัพยากรทางธรรมชาติ รวมถึงเกิด
ความสามัคคีในชุมชนของตนเอง

3) ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นการสร้างและพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงรายให้มีความรู้ความสามารถ เพื่อเป็นนักสื่อสารของ
ธุรกิจในจังหวัดเชียงรายในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตน

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิด ทฤษฎีมาเป็นการรอบในการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยกรอบของแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ แนวคิดการเล่าเรื่อง (Story Telling) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แนวคิดการเล่าเรื่องเป็นกระบวนการสื่อสารความรู้ ประสบการณ์ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลแบบไม่เป็นทางการ โดยใช้เทคนิคการกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้บุคคลได้เล่าเรื่องราวที่เป็นความทรงจำที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินชีวิต ความประทับใจ การเรียนรู้และการทำงานที่ภาคภูมิใจให้แก่บุคคลอื่น ได้ฟัง (จิรัชญา วิเชียรปัญญา, 2558) ซึ่งการเล่าเรื่องเป็นวิธีของการจัดการความรู้ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพหรือเป้าหมายของการสื่อสารที่ได้วางไว้ โดยมีปัจจัยแต่ละบุคคลและแต่ละสังคมที่แตกต่างกัน โดยอาจมุ่งเน้นไปในด้านทัศนคติ ความเชื่อ ความคาดหวัง ความเข้าใจร่วมกันบรรทัดฐานและค่านิยม ความหมายแฝงและบริบทที่เต็มไปด้วยความหลากหลาย การเล่าเรื่องราวนั้นมีคำอธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรม เหตุการณ์ กฎและกิจวัตรที่ซับซ้อน โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะต้องมีความสอดคล้องกัน ซึ่งองค์ประกอบของการเล่าเรื่อง อันได้แก่ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ความขัดแย้ง ตัวละคร ฉาก บทสนทนา มุมมอง และสัญลักษณ์พิเศษ ดังนั้น การสร้างการเล่าเรื่องเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารแนวใหม่ที่สามารถสร้างเรื่องราวได้อย่างสร้างสรรค์น่าสนใจ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

นอกจากนี้ ยังใช้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันหมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ท่องเที่ยวที่รายรอบไปด้วยธรรมชาติ (2522: ออนไลน์) โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้าน

สุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การเข้าสปา การนวด อบ ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาลและอื่น ๆ โดยถือเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อมไปในตัว เพื่อส่งเสริมให้จิตใจสดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล

จากแนวคิดการเล่าเรื่อง และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะใช้เป็นกรอบความคิดในการศึกษาร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบริบทของการสร้างการเล่าเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงรายต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่ผ่านมาสามารถแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มงานวิจัยด้านการเล่าเรื่อง และกลุ่มงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มงานวิจัยด้านการเล่าเรื่อง

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบงานวิจัยของ Namoon Jirawongsy (2016) เรื่อง The Impact of Storytelling on Luxury Value Perception of a Brand Goyard Case Study การเล่าเรื่องเป็นส่วนประกอบในการทำการตลาด ผลจากการวิจัยนี้จะช่วยให้เห็นการตลาดในธุรกิจ

ลักซ์วรี แบรินด์สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดผ่านการใช้เครื่องมือเช่นการเล่าเรื่องมาสอดแทรกในเนื้อหา เพื่อสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ในประเทศไทย 1) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเล่าเรื่องและการรับรู้คุณค่าอันหรูหราของลูกค้าชาวไทย 2) เพื่อระบุจุดแข็งของการเล่าเรื่องในตลาดหรูโดยเฉพาะในตลาดไทย และ 3) เพื่อใช้เครื่องมือทางการตลาดที่หรูหราและสร้างวิธีการตลาดที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าคนไทย ผลสรุปได้ว่าการนำเรื่องเล่าของแบรนด์มาใช้

ทางการตลาดนั้น ทำให้คุณค่าของแบรนด์เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในด้านราคาทั้งในกลุ่มผู้ที่รู้จักแบรนด์เอง หรือเพิ่งรู้จักแบรนด์ ทั้งนี้การนำเรื่องเล่ามาใช้ในการตลาดควรจะคำนึงถึงค่านิยมในสังคมนั้น ๆ เพื่อค้นหาปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่สามารถกระตุ้นมุมมองเพื่อเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ให้กับผู้บริโภคต่อไป

สิริวรรณ โพธิ์ทอง และวนิดา อัญชลีวิทยกุล (2561) ศึกษาเรื่อง การใช้การสอนแบบการเล่าเรื่องเพื่อพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลการพัฒนาด้านทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังจากใช้วิธีการสอนแบบการเล่าเรื่อง 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้วิธีการสอนแบบการเล่าเรื่องในการฝึกพูดภาษาอังกฤษ ผลการศึกษาพบว่า ทักษะการพูดภาษาอังกฤษหลังการเรียนรู้โดยใช้การสอนแบบการเล่าเรื่องมีการพัฒนาขึ้น โดยคะแนนในการประเมินแต่ละด้านสูงกว่าก่อนเรียน และพบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนการทดสอบทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังเรียนโดยใช้การสอนแบบการเล่าเรื่องในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน หลังจากใช้การสอนแบบการเล่าเรื่องนักเรียนมีทักษะการพูดภาษาอังกฤษดีขึ้นนักเรียน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนโดยใช้การสอนแบบการเล่าเรื่อง เพื่อพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน รวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาในด้านข้อดีของการสอนแบบการเล่าเรื่องพบว่า นักเรียนสามารถพูดภาษาอังกฤษได้อย่างมีจุดหมายโดยมีโครงสร้างของเรื่องที่เล่าเป็นแนวทาง มีความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษมากขึ้น และนักเรียนยังสนุกสนานกับกิจกรรมอีกด้วย

2. กลุ่มงานวิจัยทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

งานวิจัยนี้ได้สืบค้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบงานวิจัยของรัชนิกร ปัญญา (2554) ศึกษา การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ปีที่ 3 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท้องถิ่น 2) สังเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพที่เหมาะสมของท้องถิ่น และ 3) สังเคราะห์แนวทางการยกระดับการพัฒนา ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมที่สุด คือ การท่องเที่ยวเพื่อ เยี่ยมชมธรรมชาติและใช้เวลาส่วนหนึ่งในการศึกษาเรียนรู้ การดูแลรักษาสุขภาพ การบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ส่วนศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ศักยภาพของผู้นำและการบริหารจัดการองค์กรโดย เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางจนถึงระดับมาก ศักยภาพการบริหารจัดการด้านการ เงินและบัญชีอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ศักยภาพการบริหารจัดการด้านการ ตลาดอยู่ในระดับปานกลางในทุกด้าน ศักยภาพการบริหารจัดการด้านการผลิต และการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ดังนั้น แนวทางการยก ระดับการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบ ไปด้วย 1) แนวทางการเตรียมความพร้อมของทุนมนุษย์ต่ออุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมชนควรมีการจัดระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่มให้ชัดเจน การจัดแบ่ง หน้าที่ของคณะกรรมการ ปลุกฝังการมี service mind ควรจัดทำโปรแกรมกิจกรรม การส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายเชื่อมโยงกับกิจกรรมรูปแบบอื่นของชุมชน และ 2) แนวทางการรักษาศักยภาพและฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ ชุมชนควรทำการสำรวจศักยภาพและฐานทรัพยากร การจัดทำทะเบียนประวัติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การสร้างความรู้และความเข้าใจ การสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาคีอื่นเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และช่วยเหลือกัน

นอกจากนี้ การศึกษาของนิถมน คำเอี่ยม (2553) เรื่องแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชน ผลการวิจัยพบ ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีสถานะ ภาวะโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน

15,001-30,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพค่อนข้างมีความคิดสร้างสรรค์ รองลงมา คือ เป็นคนสนุกสนาน ค่อนข้างเป็นคนทันสมัย ค่อนข้างชอบเดินทางในสถานที่แปลกใหม่ ค่อนข้างชอบค้นหาผจญภัย ค่อนข้างชอบลองของใหม่ ค่อนข้างชอบท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ค่อนข้างชอบความหรูหรา และค่อนข้างชอบเข้าสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมาก และมีระดับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยรวม คือ ไม่น่าจะจะไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่างกัน ลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชน มีความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชน

สำหรับณัฐวรดี คณิตินสุทธิทอง (2561) วิจัยเรื่อง ความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในโลกปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย ศึกษาศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และค้นหาช่องว่างทางธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบันแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ การดูแลร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ กระแสความนิยมและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต มีความหลากหลายมากขึ้น และเกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องการ คือ (1) ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของ

ภูมิประเทศ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความน่าสนใจของ Package ท่องเที่ยว การแนะนำจากบริษัททัวร์ โรงแรม รถโดยสาร หน่วยงาน และบุคคลอื่น ๆ และ (2) ปัจจัยด้านบริการสุขภาพคุณภาพของบริการ ได้แก่ ความหลากหลายบริการ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ความพอเพียงของบุคลากรที่ให้การดูแลสุขภาพ ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน โดยภาคเหนือจะเน้นเรื่องความสงบและการบำบัดจิตใจ ภาคกลางเน้นการพักผ่อนร่างกาย จิตใจ และสัมผัสกับวัฒนธรรมพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่น ภาคใต้เน้นการเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมและกรุงเทพฯ เน้นการดูแลสุขภาพภายใต้ภาวะที่เร่งรีบ โดยช่องว่างทางธุรกิจ คือ (1) ขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการสุขภาพกับผู้ให้บริการท่องเที่ยว (2) บ่อน้ำร้อน/น้ำพุร้อน ที่มีอยู่ไม่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ (3) บริการสุขภาพที่ได้รับความนิยมในกระแสโลกแต่มีผู้ให้บริการในประเทศไทยไม่เพียงพอ และ (4) ขาดแคลนบุคลากรที่มีศักยภาพในการดูแลสุขภาพบางประเภท

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชียงรายยังมีทิศทางการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะยังเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการดูแลสุขภาพร่างกายทั้งกายและจิตใจ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงต้องมีการนำเสนอข้อมูลที่โดดเด่นด้วยการนำการเล่าเรื่องมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของจังหวัดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งแหล่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างได้ใช้หลักเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการคัดเลือกตามคุณสมบัติที่เป็นเป้าหมาย

ของงานวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ให้เป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด

สำหรับแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย คือ จากนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์หรือการสื่อสาร สาขาสังคมศาสตร์ และการท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการตอบปัญหาของการวิจัยที่ตั้งไว้โดยประกอบด้วยนักวิชาการดังต่อไปนี้ 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดนุชา สลิวงค์ อาจารย์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 2) ดร.ณชชา อาจารย์ยุตต์ อาจารย์ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก (สาขาวิชาภาษาเพื่อการสร้างสรรค์สื่อ) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 3) ดร.พิษณุรักษ์ ปิตาทะสังข์ หัวหน้าภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 4) อาจารย์ภูวนารถ ศรีทอง อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการโรงแรม และ 5) อาจารย์ปรีพรรณ แก้วเนตร อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการท่องเที่ยว สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ตามกรอบประเด็นที่ได้วางไว้ เพื่อตอบปัญหาของการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้านมากที่สุด สำหรับวัตถุประสงค์ในงานวิจัยจะสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ และการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีรายละเอียดประเด็นคำถามดังนี้ สถานภาพการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย บริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย หรือหลักการสร้างการเล่าเรื่องสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้เห็นภาพสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเพื่อการสร้างการเล่าเรื่องร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์และอภิปรายในแบบพรรณนาตาม

วัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัยจนปรากฏการเล่าเรื่องเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียดของผลการศึกษา ดังนี้

ในอดีตจังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่ทุรกันดาร ห่างไกลจากความเจริญ แต่ละสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลกัน กิจกรรมการท่องเที่ยวมีน้อย จึงเป็นอุปสรรคของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมเยียนน้อย ส่วนจุดเด่นของเชียงรายนั้นมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน มีต้นทุนทางภูมิประเทศที่สวยงาม ต่อมาภายหลังมีการเปลี่ยนแปลงตามแนวนโยบายของรัฐบาลในยุคสมัยนั้นจาก “สนามรบมาเป็นสนามการค้า” เชียงรายได้รับการพัฒนาในทุกด้านตามโครงสร้างของประเทศ ปัจจุบันนี้ ภาพรวมของการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายมีการพัฒนามากขึ้น เมื่อได้รับการผลักดันสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย และหน่วยงานอีกหลายฝ่ายที่ร่วมกันสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบทั้งการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

ขณะนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเชียงรายได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับกลาง-สูง ที่มีการนำศาสตร์ในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนท้องถิ่นมาให้บริการทางสุขภาพร่างกายและจิตใจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของชุมชน ฯลฯ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำเป็นที่จะต้องสร้างการเล่าเรื่องด้วยการเลือกวิธีการเล่าเรื่องที่นำเสนอผสมผสานไปกับเรื่องราวของชุมชน/สินค้า/บริการและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าไว้ด้วยกัน

การเพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ด้วยการสร้างเรื่องเล่าที่น่าประทับใจ ผ่านการนำเสนอผลลัพธ์ที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับหลังจากมาท่องเที่ยวในสถานที่เหล่านั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้ประกอบการหรือชุมชนต้องกำหนดวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายของการเล่าเรื่อง

- การสรุปข้อมูลพื้นฐานในชุมชนจากการสำรวจเบื้องต้น สมาชิกในชุมชนหรือร่วมกันในการกำหนดจุดเด่น (สินค้า/บริการ/กิจกรรม) เกี่ยวกับสุขภาพกายและใจ เพื่อเป็นแก่นเรื่อง (Theme) ของการสร้างจุดขาย สร้างเรื่องเล่าประกอบแก่นเรื่อง

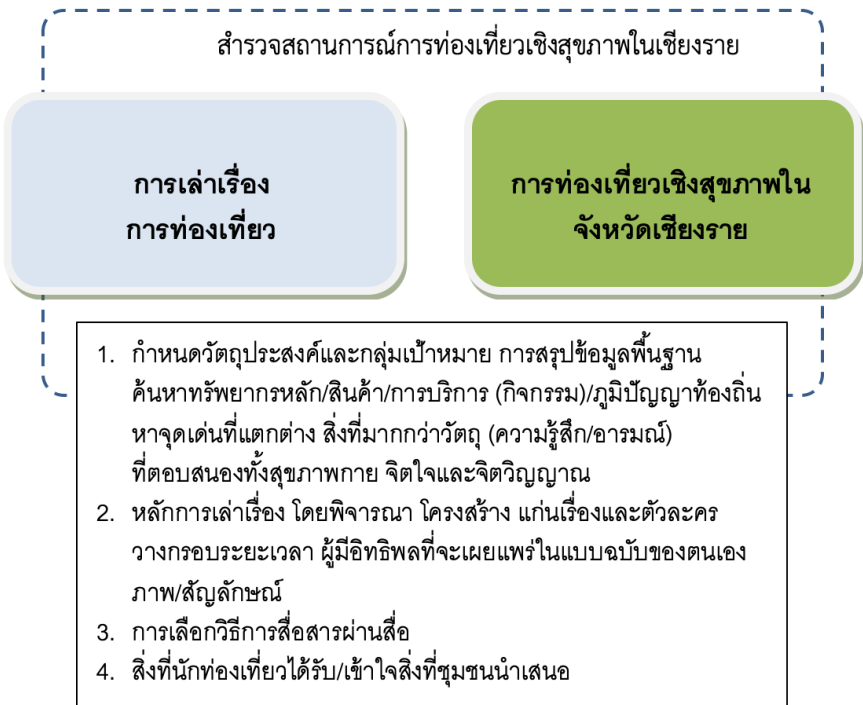
- การสร้างคุณค่าที่มากกว่าตัวมันเอง เช่น การดื่มกาแฟเพื่อการดื่มต่อกับรสชาติและกลิ่นหอมครุ่นของกาแฟ หรือวิถีชีวิตแบบไม่เร่งรีบ/สโลว์ไลฟ์ เพราะกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะชนชั้นกลางต้องการการตอบสนองทางด้านจิตใจที่มีความหมายมากไปกว่ารูปธรรมของคาเฟ่ในกาแฟ หรือการมาพักผ่อนเท่านั้น เป็นต้น

2) นำจุดเด่นมาพัฒนาเพื่อหาความแตกต่าง โดยการสร้างกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น พิธีพืชมงคลบางชนิดที่ชุมชนอื่น ๆ ไม่มี สร้างองค์ประกอบแวดล้อมที่สนับสนุนเรื่องเล่าโดยอาจเพิ่ม บรรยากาศของท้องถิ่นเพื่อให้เรื่องเล่านั้นชัดเจนโดดเด่นมากขึ้น อาทิ โฮมสเตย์บ้านท่าขันทอง อำเภอเชียงแสน ที่อยู่ใกล้ริมแม่น้ำโขง ล้อมรอบด้วยทิวเขาที่สามารถมองเห็นทัศนียภาพเพื่อนบ้านอย่างประเทศลาว-พม่า ได้ ส่วนกิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นมาโดยการเล่าเรื่องตั้งแต่เข้าถึงคำ ควรสะท้อนความเป็นอยู่ที่ใส่ใจสุขภาพ ครอบคลุมทั้งสุขภาพกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ โดยสุขภาพกายสามารถแสดงออกผ่านกิจกรรมด้านการกินการอยู่ได้แก่ การนวดแผนโบราณ อาหารพื้นบ้าน การปลูกผักปลอดสาร ก่อนจะไปถึงสุขภาพใจ เช่น กิจกรรมเชิงความเป็นอยู่อย่างการทำรูปสมุนไพรมนต์ เป็นต้น และด้านจิตวิญญาณด้วยการทำสมาธิอย่างกรณี ณ ศูนย์วิปัสสนาสากล ไระเลย์ตะวันตก ที่สามารถสร้างการเล่าเรื่องราวได้

ครบทุกด้าน เริ่มต้นด้วยการฝึกโยคะ การทำสมาธิ ทั้งหมดนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันระหว่างสุขภาพทางกายที่ส่งผลต่อจิตใจ ซึ่งเป็นวงจรหมุนวน

3) การเลือกวิธีการสื่อสารผ่านสื่อ เช่น สื่อออนไลน์ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว โดยนำเสนอเนื้อหาที่ต้องการเล่าเรื่องสั้น

4) นำเรื่องเล่าที่ผลิตออกมาออกสู่กลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยวได้จะไร้เข้าใจความเป็นชุมชนที่ต้องการสื่อสารหรือไม่ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษได้ตามแผนภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดสรุปผลการวิจัย:

การสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย

อภิปรายผล

ผลจากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถอภิปรายผลการวิจัย “การสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย” ในประเด็นนี้ คือ

1. สถานประกอบการหรือชุมชนต้องกำหนดวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายของการเล่าเรื่อง 1) โดยการสรุปข้อมูลพื้นฐานของชุมชนจากการทำสำรวจเบื้องต้น สมาชิกในชุมชนหรือร่วมกันในการกำหนดจุดเด่น (สินค้า/บริการ/กิจกรรม) เกี่ยวกับสุขภาพกาย จิตใจและจิตวิญญาณ เพื่อเป็นแก่นเรื่อง (Theme) ของการสร้างจุดขาย สร้างเรื่องเล่าประกอบแก่นเรื่อง 2) การสร้างคุณค่าที่มากกว่าตัวมันเอง

2. นำจุดเด่นมาพัฒนาเพื่อหาความแตกต่าง โดยการสร้างกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น พืชพันธุ์บางชนิดที่ชุมชนอื่น ๆ ไม่มี สร้างองค์ประกอบแวดล้อมที่สนับสนุนเรื่องเล่าโดยอาจเพิ่ม บรรยากาศของท้องถิ่นเพื่อให้เรื่องเล่านั้นชัดเจนโดดเด่นมากขึ้น ส่วนกิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นมาโดยการเล่าเรียงตั้งแต่เช้าถึงค่ำ ควรสะท้อนความเป็นอยู่ที่ใส่ใจสุขภาพ ครอบคลุมทั้งสุขภาพกาย จิตใจและจิตวิญญาณ โดยสุขภาพกายสามารถแสดงออกผ่านกิจกรรมด้านการกินการอยู่ ได้แก่ การนวดแผนโบราณ อาหารพื้นบ้าน การปลูกผักปลอดสาร ก่อนจะไปถึงสุขภาพใจ เช่น กิจกรรมเชิงความเป็นอยู่อย่างการทำรูปสมุนไพโร เป็นต้น ทั้งหมดนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันระหว่างสุขภาพทางกายที่ส่งผลต่อใจ ซึ่งเป็นวงจรหมุนวน

3. การเลือกวิธีการสื่อสารผ่านสื่อ เช่น สื่อดั้งเดิม สื่อออนไลน์ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ฯลฯ โดยนำเสนอเนื้อหาที่ต้องการเล่าเรื่องสั้น

4. นำเรื่องเล่าที่ผลิตออกมาออกสู่กลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยวได้อะไร เข้าใจ ความเป็นชุมชนที่ต้องการสื่อสารหรือไม่

จากหลักการสร้างการเล่าเรื่องของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเพิ่มการรับรู้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวข้างต้นนั้น จึงมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Namoon Jirawongsy (2016) ศึกษาเรื่อง The Impact of Storytelling on Luxury Value Perception of a Brand Goyard Case Study ที่ชี้ให้เห็นว่าการเล่าเรื่องถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในความสำเร็จทางการตลาด โดยสามารถสร้างและเพิ่มคุณค่าให้กับแบรนด์ เพื่อสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการเล่าเรื่อง รวมถึงผลิตภัณท์ใหม่ในท้องตลาดสามารถเลือกนำเสนอด้วยกลยุทธ์นี้ได้ ดังนั้น จุดเริ่มต้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องพิจารณาว่าธุรกิจของตนเองนั้นเป็นการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพหรือการท่องเที่ยวบำบัดรักษาสุขภาพ หรือทั้ง 2 ประเภทรวมกันตามแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แล้วจึงกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอเรื่องเล่า อาทิ รีสอร์ทที่ตั้ง ณ จุดทิวเขาริมแม่น้ำกกที่ไหลผ่านสามารถมองเห็นทัศนียภาพสองฟากฝั่งที่เป็นป่าเขากับชุมชนหมู่บ้าน มีการให้บริการการอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน และการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา ฯลฯ แต่ควรกำหนดกิจกรรมเด่น ๆ เพียง 1-2 กิจกรรมเท่านั้น ไม่ควรสร้างจุดขายหลายอย่าง เพราะอาจเกิดความสับสนแก่นักท่องเที่ยวได้ แล้วนำมาสร้างแก่นเรื่อง เช่น “การเคลียร์กาย-ชำระจิต” หลังจากนั้นนำมาสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมตั้งแต่เช้าจรดค่ำที่น่าสนใจและแตกต่างจากที่อื่นด้วยการบริการอย่างมืออาชีพ ประกอบกับมีวัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติเมื่อนำมาบำรุงแล้วจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายในด้านระบบหมุนเวียนของร่างกาย อาหารบำรุงผิวพรรณ เป็นต้น โดยการสร้างองค์ประกอบของภาพนิ่งหรือคลิปสั้นที่โดดเด่น สามารถบอกเล่าความสำคัญของกิจกรรมเชิงสุขภาพและแนะนำว่านักท่องเที่ยวจะได้รับความสุขสงบ ความผ่อนคลายเมื่อจบโปรแกรมนี้ ตลอดจนการนำเรื่องเล่ามาใช้ในการโปรโมทประชาสัมพันธ์ควรคำนึงถึงค่านิยมในสังคมนั้น ๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างมูลค่าฉบับ

ท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี โดยการชูประเด็นและกระตุ้นมุมมองเชิงประสบการณ์ใหม่ แก่กลุ่มเป้าหมาย

จากข้อค้นพบยังเชื่อมโยงการศึกษาของรัชนิกร ปัญญา (2545) เรื่องการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ปีที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมที่สุด คือ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมธรรมชาติและใช้เวลาส่วนหนึ่งในการศึกษาเรียนรู้ การดูแลสุขภาพสุขภาพการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ส่วนแนวทางการยกระดับการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ชุมชนควรจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพให้มีความหลากหลาย จึงมีความสอดคล้องกับการศึกษาในพื้นที่จังหวัดเชียงราย เนื่องจากลักษณะทางภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ศิลปวัฒนธรรม ภาษาถิ่น อาหาร ฯลฯ มีความคล้ายคลึงกัน จึงสามารถนำมาพิจารณาในการศึกษาค้นคว้าได้

นอกจากนี้ เมื่อนำผลการศึกษาดังกล่าวมาพิจารณาร่วมกับงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของธรรณชนก เพชรานนท์ (2559) เรื่องแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยยืนยันว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถูกขับเคลื่อนโดยปัจจัยภายในและภายนอก โดยเฉพาะเงื่อนไขด้านจิตใจที่นักท่องเที่ยวต้องการนอกเหนือจากการพักผ่อนหย่อนใจ แต่ยังต้องการสำรวจความแปลกใหม่ การเรียนรู้ การยกระดับความสัมพันธ์ในครอบครัว การเข้าสู่สังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ฯลฯ ผลการศึกษาจึงมีความเชื่อมโยงกับงานวิจัยของ Hung-Chang C., Yi-Ching H. and Yi-Chu K. (2012) ศึกษาเรื่อง Editorial: How to Align your Brand Stories with Your Products ที่สรุปว่าควรใช้หลักการสื่อสารด้วยความถูกต้อง ความสั้นกระชับ ความตรงกันข้าม และอารมณ์ขันที่ใช้ในการสร้างความผูกพันกับกลุ่มเป้าหมาย เมื่อผนวกกับการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ปรากฏ

ทิศทางการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงใน จังหวัดเชียงราย ดังนั้น การสร้างการเล่าเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรมีความหมายมากกว่าการตอบสนองสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง แต่กลุ่มเป้าหมายปรารถนา ความสงบสุขทางจิตใจและจิตวิญญาณ ฉะนั้น การสร้างการเล่าเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างศูนย์วิปัสสนาสากล ไระ้เชิญตะวัน อาจเชิญนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นผู้เล่าเรื่องราวการฝึกโยคะแก้ออฟฟิศซินโดรม ซึ่งเป็นการแนะนำตัวละครเพียง 2-3 ตัวละครให้ตัวละครดำเนินเรื่องไปตามเหตุการณ์ตลอดทั้งวัน ตามแนวคิดการเล่าเรื่อง จึงจะทำให้เรื่องราวนี้มีความน่าติดตาม โดยไล่เรียงการออกกำลังกาย พายิมาอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นล้านนา จนถึงขนมที่หาทานได้ยากของชาว เชียงรายหรือไม่มีปรากฏขายในจังหวัดอื่น โดยสาธิตกรรมวิธีการทำ วัตถุดิบที่ใช้ใน การทำขนม อีกทั้งให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสร่วมปรุงอาหารและขนม เป็นต้น นอกเหนือจากนี้ เส้นของการสร้างการเล่าเรื่องจากตัวอย่างนี้จะพบลักษณะภาษาถิ่น ของเชียงรายที่ไม่เหมือนกับภาษาเหนือในจังหวัดอื่นในภูมิภาคเดียวกัน ธรรมชาติ ความน่ารักของชาวต่างชาติในการร่วมทำกิจกรรมที่สนุก เช่น การปั่นจักรยาน ซึ่งการ ร่วมสนุกในการทำสิ่งต่าง ๆ ในบางกิจกรรมจากแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นการสร้าง สมานธิ ความสงบสุขให้เกิดขึ้น นอกเหนือจากความผ่อนคลาย สิ่งเหล่านี้สามารถ เสริมสร้างคุณค่าการเล่าเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดีผ่านการเผยแพร่เรื่องราวทางสื่อออนไลน์

การสร้างการเล่าเรื่องของการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัด เชียงรายนั้น ผู้ประกอบการควรหาเรื่องราวประวัติความเป็นมา ผลิตภัณฑ์คุณภาพ ที่เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมส่งเสริมดูแลสุขภาพผ่านเรื่องราวการเล่าเรื่องโดย สอดแทรกเนื้อหาที่ร้อยเรียงที่น่าสนใจผ่านภาพนิ่งหรือวิดีโอสั้นของนักท่องเที่ยว หรือผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ เพื่อเพิ่มคุณค่า ของการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ผลการศึกษาสะท้อนว่า โลกยุคปัจจุบันให้ความสนใจกับกระแสของการรักษาสุขภาพมากขึ้นเป็นลำดับ ฉะนั้น ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและอุตสาหกรรมที่ใกล้เคียงกันในจังหวัดเชียงราย ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าระดับบน เนื่องจากเป็นกลุ่มเจ้าของธุรกิจขนาดกลาง-ใหญ่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ข้าราชการระดับกลาง-สูง ฯลฯ เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญของร่างกายที่แข็งแรงและสุขภาพจิตที่ดีที่ส่งผลต่อการทำงาน การทำหน้าที่ในบทบาทต่าง ๆ รวมถึงสุขภาพในอนาคต ซึ่งกลุ่มเป้าหมายนี้จะมีความพร้อมในการใช้จ่าย มีกำลังซื้อที่อยู่ระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง อีกทั้งยังมีโอกาสที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากกว่ากลุ่มเป้าหมายอื่น เมื่อผู้ประกอบการเข้าใจและวิเคราะห์ถึงความต้องการ ก็จะสามารถรองรับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่นี้ได้ในระยะยาว

2) ผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การสร้างการเล่าเรื่องเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สามารถรับรู้และความต้องการให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวได้ ทว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรสร้างเรื่องเล่าเชิงสุขภาพร่วมกับเครือข่ายทั้งภาคธุรกิจ การท่องเที่ยว ธุรกิจบริการสุขภาพ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและองค์กรอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการสร้างเรื่องเล่าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะในจังหวัดเชียงรายที่มีเทคนิคและความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการขับเคลื่อนพัฒนาในเชิงบูรณาการในทิศทางเดียวกันโดยมุ่งเน้นที่การสร้างความแตกต่างของแต่ละพื้นที่

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1) การวิจัยนี้มุ่งศึกษาที่องค์ประกอบการสื่อสารด้านเนื้อหาสาระและช่องทางการสื่อสารเท่านั้น ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรเพิ่มการศึกษาด้านผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย เพื่อให้ได้ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้ อย่างน่าเชื่อถือ และสามารถขยายให้เห็นถึงการสร้างการเล่าเรื่องการท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพได้รอบด้านและชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว

2) ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเปรียบเทียบการสื่อสารระหว่างธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดเชียงใหม่กับจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้เห็นจุดดี-ด้อยของกลยุทธ์การสร้างการเล่าเรื่องเพื่อการประชาสัมพันธ์ อันนำมาสู่ความสำเร็จทางการสื่อสาร แนวทางข้อค้นพบในงานวิจัยดังกล่าว จะช่วยพัฒนาการสื่อสารของจังหวัดให้มีความน่าสนใจ และเป็นที่ต้องการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563, จาก <https://www.tat.or.th/th>
- จังหวัดเชียงราย. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563, จาก <http://www.chiangrai.net>
- จิรัชณา วิเชียรปัญญา. (2558). การสร้างความรู้และการถอดความรู้จากการเล่าเรื่อง. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563, จาก http://km.oae.go.th/images/Download/km-document/KM_file/About-KM/28-11-55/1_story-telling_28-11-55.pdf
- ณัฐวรวิทย์ คณิตินสุทธิทอง. (2561). ความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563, จาก https://www.researchgate.net/publication/328305452_khwamtxngkarkhxngtldlaeasakyphaphnikarrxnggrabkarthxngtheiywcheingsukhphaphkxngprathesthiy/link/5bc586f792851cae21a7f74e/download.
- ธรรณชนก เพชรานนท์. (2559). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย. วารสารสุทธิปริทัศน์, 94(2), 42-59.
- นิธุมณ คำเอี่ยม. (2553). แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- รัชนิกร ปัญญา. (2545). การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นจาก <http://cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/555?mode=full>

- เอกกนก พนาदारง. (2559). การเขียนเรื่องเล่า ด้วยเทคนิคการเล่าเรื่อง. *เวชบันทึกศิริราช*, 9(3), 194-196. สืบค้นจาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/simedbull/article/view/198452/138208>
- องค์การบริหารส่วนตำบลบัวสลี. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563, จาก <http://www.buasalee.go.th/index.php>.
- Chiu, H.-C., Hsieh, Y.-C., & Kuo, Y.-C. (2012, June). How to Align your Brand Stories with Your Products. *Journal of Retailing*, 88(2): 262-275. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S002243591200022X>
- homestaythai.net*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563, จาก, <http://www.homestaythai.net>.
- Jirawongsy, N. (2016). The Impact of Storytelling on Luxury Value Perception of a Brand Goyard Case Study. *Panyapiwat Journal*. 8 (Supplementary), 64-73.
- McGroarty, B. (n.d.). *WELLNESS INDUSTRY STATISTICS & FACTS*. Retrieved April, 21, 2020, from <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>