

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการบริหารจัดการต้นทุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการต้นทุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและสนับสนุนด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ข้อมูลปฐมภูมิล้วนมาจากกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 1 ชุมชน ที่สนใจในการร่วมเวทีเสวนาปฏิบัติการ อาศัยกระบวนการ SWOT และการ Focus group เพื่อให้ทราบบริบทและศักยภาพของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนและนำไปสู่การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบประเมินต้นทุนและผลตอบแทนการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท้องถิ่น จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติอย่างง่าย คือ ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงผลการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสุขภาพของท้องถิ่น

ผลการวิจัยพบว่า บริบทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ มี 2 ลักษณะ คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะของการส่งเสริมสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะของการบำบัดรักษาโดยพืชผักสมุนไพรในชุมชน อันเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งชุมชนได้ดำเนินการท่องเที่ยวอย่างมีศักยภาพ โดยเฉพาะศักยภาพในการบริหารจัดการองค์กรและการให้บริการ สมาชิกมีความรู้และความสามารถในการให้บริการสุขภาพเป็นอย่างดีแต่ขาดศักยภาพในการดำเนินงานทางธุรกิจโดยเฉพาะการจัดทำบัญชี ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวขาดทุนสูงถึงปีละ 186,572.70 บาท เนื่องจากมีต้นทุนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นแนวทางการบริหารจัดการต้นทุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท้องถิ่นที่ควรจะพัฒนา คือ ต้องพยายามลดต้นทุนส่วนนี้และบูรณาการทำงานร่วมกับภาครัฐ โดยเฉพาะองค์กรชุมชนให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรม จึงจะทำให้การท่องเที่ยวดังกล่าวเกิดความยั่งยืนได้

Abstract

This research aims to study guidelines to develop the cost management of health tourism in Chiang Mai. It is the qualitative research but the quantitative analysis was also supported. Primary data was collected from 1 group of tourism community business who was willing to join in this project. SWOT analysis and focus group were used to study the context and its potentiality to operate tourism. Quantitative data was from evaluation the benefit cost of health tourism business. Descriptive statistics such as mean and percentage were also used to analyze and expressed the turnover of health tourism business.

The finding showed that there are two kinds of contexts for health tourism in Chiang Mai; 1) health promotion tourism and 2) health healing tourism with vegetables and herbs in communities. These two kinds of health tourism are the good selling point for communities. The communities also have good potentiality particularly in the organizational management and good service to run on their business. Members of the communities can give a good service for customers. However, they lack the potentiality in accounting. Their business were thereby lost 186,572.70 baht/year because of the high public relations for tourist attraction. As a result, they should minimize the cost of public relations and work together with government and private sectors so that it will help tourism to be sustainable.