

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางนานาชาติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

The Development Guidelines of Medical Tourism to Upgrade Phuket to be an International Medical Hub

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณารีญา วีระกิจ¹

Asst. Prof. Dr. Nareeya Weerakit

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัยนันต์ ไชยเสน²

Asst. Prof. Chainun Chaiyasain

ดร.พุทธร อักษรไพโรจน์³

Dr. Puttaporn Aksornpairoj

นางสาวศศิธร สนเปี่ยม⁴

Ms. Sasithorn Sonpiam

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) สำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (2) วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (3) วิเคราะห์โอกาสและความท้าทายในการเชื่อมโยงบริการทางการแพทย์กับการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระหว่างผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ตัวแทนผู้ประกอบการทางการแพทย์ และผู้ประกอบการธุรกิจบริการสุขภาพแบบองค์รวม ที่มีศักยภาพสูงในการให้บริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมในจังหวัดภูเก็ต คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาแบบบรรยาย

ผลการศึกษาพบว่า (1) นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่มาจากประเทศออสเตรเลีย จีน รัสเซีย และตะวันออกกลาง นิยมใช้บริการผ่านบริษัทตัวแทนทางการแพทย์ (Medical Agent) (2) จุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนานาชาติ ราคาและคุณภาพบริการที่เหมาะสม มีโรงพยาบาลที่ได้รับมาตรฐานรับรองระดับสากล (JCI) มีความปลอดภัยและมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและโปรแกรมการบริการที่หลากหลาย จุดอ่อนที่สำคัญคือ บุคลากรที่ดูแลการตลาดยังขาดความรู้ ความเข้าใจพฤติกรรม

¹ คณะบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

² คณะบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

³ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

⁴ แชนด์บราวน์ เพอเมเน็นท์ แมคอัพ เทรนนิ่ง เซ็นเตอร์



นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้ง ขาดแคลนบุคลากรที่มีความเข้าใจการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (3) ผู้ประกอบการบริการเชิงการแพทย์สนใจสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อการเชื่อมโยงการบริการด้านที่พักเพื่อสุขภาพ บริการสปา และบริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต จากผลการศึกษาที่ผู้วิจัยได้นำเสนอโมเดลเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการนำเสนอโปรแกรมการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมโดยการรวมการบริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสนับสนุนจังหวัดภูเก็ตสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

คำสำคัญ: 1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ 3) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ 4) ภูเก็ต

Abstract

The objectives of this study were to 1) explore the health tourism situation in Phuket, 2) to analyse the strengths and weaknesses of health tourism in Phuket, and 3) investigate the opportunities and challenges to create the linkage between medical tourism and wellness tourism entrepreneurs in Phuket. Qualitative research was conducted. The key informants were the representatives from medical service providers and holistic wellness providers in Phuket, which have high potential in offering this kind of integrated services. Purposive sampling using In-depth interviews with content analysis were applied.

The results showed that 1) most of medical tourists in Phuket were from Australia, China, Russia, and Middle East who use medical agent services. 2) the strengths of Phuket health tourism were the famous and world-class well-known location, reasonable price and service quality, many hospitals with JCI certified, safety, skilful medical staff and variety of health service programs. On the other hand, the weaknesses were marketing staff's lack of knowledge in health tourist behaviour and lack of experts in holistic wellness; 3) the entrepreneurs of medical tourism in Phuket are interested in searching for allies in creating a linkage between related health tourism services in order to add more value to their products and create selling point to gain competitive advantage for Phuket health tourism. From the results of this studies the researcher purposes the model of Phuket Wellness Tourism Cluster which include all public and private sectors to offer the holistic health programs that combine all medical and wellness tourism services in order to gain competitive advantages and support Phuket to be medical hub.



Key words: 1) Health Tourism 2) Medical Tourism 3) Wellness Tourism 4) Phuket

บทนำ

ปัจจุบันการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลาย ๆ ประเทศต่างให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสร้างรายได้จำนวนมากเข้าประเทศในแต่ละปี และในปี 2560 ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก มีมูลค่าประมาณ 639.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ มีมูลค่ามากกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทย (GDP) 9,000 เท่า มีอัตราการเติบโตร้อยละ 10.6 ซึ่งมีอัตราการเติบโตที่รวดเร็วที่สุดและโตกว่าภาพรวมการท่องเที่ยวโลกถึง 2 เท่า (เช็มทิศท่องเที่ยว, 2561) มีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประมาณ 830 ล้านคนในปี 2560 และคาดการณ์ว่าการเติบโตของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกในช่วงปี 2558-2562 จะมีมูลค่าประมาณ 808 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (Global Wellness Institute, 2018) สำหรับประเทศไทย คณะรัฐมนตรี มีมติเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2546 ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพของเอเชียเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและจูงใจนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยมอบหมายกระทรวงสาธารณสุขจัดทำแผนยุทธศาสตร์สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Thailand : Centre of Excellent Health Care of Asia) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 (จิระวดี คุณทรัพย์ และ ชัชฎา รัชช กุลาหงส์, 2551) และคณะรัฐมนตรีเห็นชอบในหลักการเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2559 ในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ที่สามารถแข่งขันกับนานาชาติประเทศ โดยใช้ศักยภาพความแข็งแกร่งด้านระบบบริการสุขภาพของประเทศ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อรับบริการจนสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จึงได้มีการจัดทำ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็น ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ.2560 - 2569) (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2559)

อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยมีความโดดเด่นเพราะมีความได้เปรียบเชิงต้นทุนที่ดีทั้งในแง่ของการบริการด้านสุขภาพ บริการ บุคลากร ค่าใช้จ่าย ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Vanida Toonpirom, 2019) นอกจากนี้ข้อมูลจาก Global Wellness Institute ระบุว่า ปี 2560 มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยใหญ่เป็นอันดับที่ 13 ของโลก สามารถสร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า 320,000 ล้านบาท มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทยมากกว่า 12.5 ล้านทริป และมีอัตราค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านสุขภาพ 1,885 เหรียญสหรัฐฯ ต่อครั้งที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และในช่วงปี 2558-2560 มีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 13.1 สร้างงานไม่ต่ำกว่า 530,000 ตำแหน่งทั่วประเทศ ซึ่งทิศทางการเติบโตดังกล่าวสอดคล้องกับการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Luxury ในไทยโตถึงร้อยละ 18 มีการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่นเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 130 (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2559) โดยกิจกรรมเชิงสุขภาพ ได้แก่ สปา และการรักษาด้านการแพทย์ คือ กิจกรรมหลัก ๆ กว่าร้อยละ 80 ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวสนใจอย่างมาก (เช็มทิศท่องเที่ยว, 2561) และจากข้อมูลรายงานของ BLT



Bangkok, 2018 กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว คาดว่า ปี 2561 ประเทศไทยจะมีคนใช้ต่างชาติเข้ามาใช้บริการประมาณ 3.42 ล้านครั้ง และข้อมูลจากกองสุขภาพระหว่างประเทศ ณ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2561 ระบุว่า สถานพยาบาลทั่วประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล JCI (Joint Commission International Accreditation) มีทั้งหมด 61 แห่งแบ่งเป็น โรงพยาบาล 47 แห่ง และคลินิก 14 แห่ง และโรงพยาบาลสมิติเวช เป็นโรงพยาบาลแห่งเดียวในเอเชียที่ได้รับเลือกเป็น 1 ใน 5 สถานพยาบาลที่ดีที่สุดระดับโลกรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) จากการจัดอันดับโรงพยาบาลยอดเยี่ยมระดับโลกสำหรับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปี 2018 โดย The Medical Travel Quality Alliance (MTQUA)

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) ได้จัดทำโครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก พบว่า ในปี 2559 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมารับบริการด้านสุขภาพ (การตรวจ/รับการรักษาสุขภาพ) เป็นวัตถุประสงค์หลัก มีจำนวน 370,762 ราย และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนเป็นหลักแต่ใช้บริการตรวจ/รับการรักษาสุขภาพ จำนวน 680,960 ราย โดยกรุงเทพมหานคร มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนเป็นหลักแต่ใช้บริการตรวจ/รับการรักษาสุขภาพ จำนวน 191,074 ราย รองลงมา คือ ภูเก็ต 146,651 ราย และชลบุรี 129,990 ราย หากพิจารณาข้อมูลสะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวรายประเทศในช่วงเดือน มกราคม 2557-มิถุนายน 2560 ที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนเป็นหลักแต่ใช้บริการตรวจ/รับการรักษาสุขภาพ จำนวน 5 อันดับ พบว่า นักท่องเที่ยวจีน มีจำนวน 526,321 ราย ออสเตรเลีย 97,844 ราย รัสเซีย 92,527 ราย กัมพูชา 79,355 ราย และสหราชอาณาจักร 75,946 ราย ตามลำดับ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังได้เปิดเผยข้อมูลผลสำรวจนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากทั่วโลกกว่าร้อยละ 80 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและมั่นใจในบริการทางการแพทย์ของไทย โดยในช่วงปี 2560 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เดินทางมาใช้บริการ 66,492 คนต่อปี มีรายได้รวมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว 23,128,859,400 บาท และนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เข้ามาใช้บริการด้านเวชศาสตร์ชะลอวัยและความงามมากกว่า 23,000 ล้านบาท อีกทั้งคาดว่าในปี 2561 จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.9 หรือประมาณ 26,000 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยให้ความสนใจใช้บริการหลัก 4 ประเภท คือ



ตารางที่ 1 สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการเชิงการแพทย์ในประเทศไทย

ประเภทของบริการเชิงการแพทย์	นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ 10 อันดับ	ระยะเวลาพำนัก	ค่าใช้จ่าย/คน (บาท)
ชะลอวัยและส่งเสริมสุขภาพ (Anti-Aging & Wellness)	1. จีน 2. อังกฤษ 3. สหรัฐอาหรับเอมิเรต 4. สิงคโปร์ 5. อินเดีย 6. เยอรมัน 7. ออสเตรเลีย 8. เวียดนาม 9. สหรัฐอเมริกา 10. การ์ต้า	5 วัน	234,000-700,000
การรักษาผู้มีบุตรยาก IVF	1. จีน 2. เวียดนาม 3. เมียนมา 4. อินเดีย 5. ฮองกง 6. อินโดนีเซีย 7. กัมพูชา 8. ญี่ปุ่น 9. ลาว 10. สิงคโปร์	10 วัน	200,000-400,000
รีสอร์ทและศูนย์สำหรับการบำบัดผู้ติดแอลกอฮอล์ และติดยา	1. ออสเตรเลีย 2. อังกฤษ 3. สหรัฐอเมริกา 4. ฮองกง 5. สิงคโปร์ 6. สหรัฐอาหรับเอมิเรต 7. นิวซีแลนด์ 8. แคนาดา 9. ฟิลิปปินส์ 10. โปรตุเกส	28 วัน	230,000-440,000
บริการรีสอร์ทสุขภาพ	1. อังกฤษ 2. ออสเตรเลีย 3. เยอรมัน 4. สหรัฐอเมริกา 5. รัสเซีย 6. อินเดีย 7. จีน 8. สิงคโปร์ 9. ญี่ปุ่น 10. สหรัฐอาหรับเอมิเรต	3-10 วัน	37,000-160,000

ดัดแปลงข้อมูลจาก รายงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ปี 2560

จังหวัดภูเก็ตถือเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีการบริการสปาที่ได้รับการยอมรับในระดับโลกจำนวนมาก มีคลินิกเอกชนจำนวน 275 แห่ง มีโรงพยาบาลของรัฐ 3 แห่ง และโรงพยาบาลเอกชนอีก 3 แห่ง ที่ได้รับการมาตรฐาน JCIA (Joint Commission International Accreditation USA) โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2558) รายงานว่า ภูเก็ตมีจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพทั้งหมดที่เข้าระบบและผ่านการรับรองมาตรฐานมากเป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพมหานคร และมีความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนานาชาติ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน ภูเก็ตยังขาดการเชื่อมโยงบริการต่าง ๆ ระหว่างผู้ประกอบการที่ให้บริการทางการแพทย์ และการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพเพื่อนำเสนอการบริการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมให้สามารถตอบสนองความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม การกำหนดทิศทางความเชื่อมโยงและบูรณาการระหว่างบริการเชิงการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพ ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตจากความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตเพื่อก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการบริการทางการแพทย์ (Medical Hub) ในอนาคต

จากรายงานของ Menvielle and Menvielle (2010) และ SRI international (2010) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จะเน้นกระบวนการรักษาและไม่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพซึ่งให้ความสำคัญในการส่งเสริมฟื้นฟูป้องกันโรค แต่การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์สามารถมีความสัมพันธ์กับการตลาดอื่นในกลุ่มธุรกิจเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่น สปาที่อยู่ในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสามารถให้บริการเพื่อช่วยฟื้นฟูร่างกายหลังจากการเข้ารับการรักษาทางการแพทย์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจเบื้องต้นของทีมวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่นิยมใช้บริการ



เชิงการแพทย์ด้านศัลยกรรมความงามและชะลอวัย และมีความสนใจใช้บริการกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพอื่นๆ ในระหว่างการท่องเที่ยว (C9 Hotelworks, 2016) ในขณะที่ผู้ประกอบการเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่ให้บริการเชิงการแพทย์เท่านั้นและไม่มีการเชื่อมโยงการบริการร่วมกับผู้ประกอบการอื่นๆ ในขณะที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการสุขภาพในประเทศไทยกลับให้ความสำคัญทั้งด้านการท่องเที่ยวและการดูแลสุขภาพไปพร้อมกัน อีกทั้งยังพบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่ใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยมากกว่า 1 ประเภท เช่น รักษาโรคและใช้บริการสปา เป็นต้น (ณัฐวรดี คณิตินสุทธิทอง, 2558) ดังนั้น จังหวัดภูเก็ตควรเร่งสร้างจุดขายและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนโดยการนำเสนอโปรแกรมการบริการสุขภาพแบบองค์รวม คือ การเชื่อมโยงการบริการเชิงการแพทย์ สปา และการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ตมีความเป็นเลิศเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ในการเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางสุขภาพที่มีความเชี่ยวชาญ ครบวงจร และทันสมัย ด้วยการบริการที่มีมาตรฐานในระดับสากล

วัตถุประสงค์

การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงบริการทางการแพทย์กับการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ ระหว่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. สำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต
2. วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต
3. วิเคราะห์โอกาสและความท้าทายในการเชื่อมโยงการบริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์กับการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระหว่างผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การเดินทางท่องเที่ยวจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเพื่อรับการบำบัดรักษา จากสถานประกอบการด้านสุขภาพ เพื่อรับบริการ ตรวจสุขภาพ ทัศนกรรม ศัลยกรรมความงาม หรือเพื่อการฟื้นฟูร่างกายจากการเจ็บป่วย หรือทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง โดยการใช้บริการสปา (Spa) และการแพทย์ทางเลือก อาทิ การนวดไทย การนวดน้ำมัน วารีบำบัด เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness) (วรินทรา ศิริสุทธิกุล, 2556) ดังนั้น สามารถจำแนกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ มีแรงจูงใจหลักหรือแรงจูงใจรองในการเดินทางออกนอกประเทศเพื่อรับการบริการทางการแพทย์ (ณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์, 2559) กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์บรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวจะสามารถแบ่งเป็น 2



ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนการบำบัดรักษาโรค และส่วนการพักผ่อนหย่อนใจ (holiday/leisure) โดยมีบริการหลักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้ คือ การบริการทางการแพทย์ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ปรับให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคนเพื่อช่วยบำบัดรักษาโรค (เช่น สปา การนวดเพื่อผ่อนคลาย เป็นต้น) ที่พักระดับหรู บริการรถเช่า ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ประสานงานเรื่องวีซ่าและเอกสารเดินทาง ที่ปรึกษาทางการแพทย์ รวมถึงกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจในช่วงก่อนหรือหลังการรักษาโรค (Danell and Mugomba, 2006) ในขณะที่นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้สุขภาพดีขึ้นโดยการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการทางกายภาพ (Physical) จิตใจ (Mental) จิตวิญญาณ (Spiritual) อารมณ์ (Emotional) สิ่งแวดล้อม (Environmental) และสังคม (Social) โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพนิยมทำ ได้แก่ สปาเพื่อสุขภาพ โยคะ การทำสมาธิ การออกกำลังกาย อาหารเพื่อสุขภาพ และการตรวจสุขภาพ เป็นต้น (ณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์, 2559)

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

ณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์ (2559) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) คือการเดินทางจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเพื่อรับการรักษายาบาลเป็นหลักหรือเข้ามาท่องเที่ยวเป็นหลัก และมีการแบ่งเวลาบางส่วนเพื่อทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการรักษายาบาลอาการเจ็บป่วย หรือ กล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่น ๆ เป็นต้น

ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการแพทย์ (Medical industry) ยังไม่มีการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการส่งเสริมสุขภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเท่าที่ควร โดยเฉพาะในเรื่องการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive care) หรือการดูแลสุขภาพในระยะพักฟื้น (Recuperative care) (Global Spa Summit, 2011) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จะมุ่งเน้นประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจต้องมีการพักฟื้นหลังจากการเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลนาน ๆ การที่ผู้ป่วยได้ทำกายภาพบำบัดหรือพักผ่อนในสถานที่ที่ไม่ใช่โรงพยาบาล แต่เป็นแหล่งท่องเที่ยวท่ามกลางธรรมชาติที่มีอากาศบริสุทธิ์จะส่งผลดีต่อสุขภาพและสภาพจิตใจของผู้ป่วยอย่างเต็มที่ (ศศิพงษ์ บุญยงค์, 2558) ดังนั้น ในปัจจุบันสถานประกอบการที่ให้บริการทางการแพทย์ เช่น โรงพยาบาล สถานพยาบาล เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการขยายตลาดการรักษาสุขภาพ เช่น การเสนอบริการตรวจสุขภาพ พร้อมกับบริการสปา นวดแผนไทย และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอื่นๆ (C9 Hotelworks, 2016)



ด้วยการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นและการเกิดใหม่ของคู่แข่งที่สำคัญในตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ทำให้หลาย ๆ ประเทศ มีการปรับกลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีการลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ ประเทศจีนมีนโยบายนำการแพทย์แผนจีนซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของประชาคมโลกมาผสมผสานกับการแพทย์แบบตะวันตก เกาหลีใต้ที่มีการส่งทีมงานมาดูงานการบริการสุขภาพของไทยเพื่อให้บุคลากรที่ให้บริการได้เรียนรู้การให้บริการที่เป็นมิตรแบบไทย พร้อมทั้งพยายามนำเสนอโปรแกรมทัวร์เข้ากับการบริการทางการแพทย์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) รัฐบาลอินเดียมีการจัดสรรงบประมาณสูงถึง 3 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ (US\$) เพื่อจัดตั้งหน่วยงานทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของอินเดีย และเชื่อมโยงระบบการบริการทางการแพทย์ (Medical system) กับการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness system) ของประเทศเข้าด้วยกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดยใช้การบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบบูรณาการร่วมกับการบริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ สนับสนุนให้ใช้ศาสตร์อายุเวท การบำบัดแบบ hi-tech healing โดยใช้การรักษาแผนโบราณและการแพทย์ทางเลือกประกอบ รวมทั้ง สปา โยคะ การนั่งสมาธิ ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ ธรรมชาติบำบัด ปัญจกรรมะ (PanchKarma) และสัทธา ซึ่งอยู่ภายใต้กรอบของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากการบริการเหล่านี้สามารถเติมเต็มช่องว่างของระบบการรักษาทางการแพทย์ และสปาที่มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ทำหลังจากการได้รับการเยียวยาทางการแพทย์แล้ว (Global Spa Summit, 2011)

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งเป็นวิธีการเก็บข้อมูลที่ช่วยให้นักวิจัยสามารถสอบถามประเด็นสำคัญจนได้รายละเอียดลึกซึ้งและครบถ้วนสมบูรณ์ (Macintyre, 2000; Schmuck, 2006) จากกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการเชิงการแพทย์ ประกอบด้วย โรงพยาบาลและคลินิกเอกชนที่มีการทำการตลาดนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการบริการสุขภาพแบบองค์รวม คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling Technique) โดยการคัดเลือกผู้ประกอบการที่เป็นผู้ให้บริการที่มีศักยภาพและมีชื่อเสียงในการบริการเชิงการแพทย์ สปา และการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ และมีการทำการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ได้ตัวแทนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 9 ราย แบ่งเป็นตัวแทนจากสถานประกอบการในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ จำนวน 4 ราย และกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวม จำนวน 5 ราย เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 45 นาที – 1 ชั่วโมง มีการบันทึกเทปการสัมภาษณ์ด้วยเครื่องอัดเสียงและถอดเทปโดยละเอียดอย่างชนิดคำต่อคำ (Transcribing Interview) และมีการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ และ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ยูทูบ



เฟสบุ๊ค ของบริษัทตัวแทนเชิงการแพทย์ (Medical Travel Agent) จำนวน 3 บริษัท ที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ได้มีการแสดงความคิดเห็นต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาแบบบรรยาย และมีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้วยวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลและเกิดความไว้วางใจในคุณภาพของงานวิจัย (สุภางค์ จันทวานิช (2553, หน้า 128-130) โดยการใช่วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม และการศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบ ด้วยการสังเคราะห์องค์ประกอบของข้อมูลเพื่อจัดแบ่งกลุ่มประเด็นข้อมูล รวมถึงชี้ให้เห็นสภาพแวดล้อมหรือบริบทในด้านต่างๆ แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

ผลการศึกษาวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจบริการเชิงสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ตที่มีการทำตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 9 ราย และจากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากสื่อสังคมออนไลน์ สามารถสรุปประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

เมื่อพิจารณาผู้ประกอบการบริการเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตที่มีการทำการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มผู้ประกอบการโรงพยาบาล/สถานพยาบาลที่มีการให้บริการเชิงการแพทย์แก่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการให้บริการเชิงการแพทย์ร่วมกับการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ จากผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ผู้ประกอบการในกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงพยาบาล/สถานพยาบาลจำนวน 4 รายที่มีการทำการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดให้ความสำคัญกับกลุ่มตลาดหลัก คือนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศออสเตรเลีย จีน รัสเซีย และตะวันออกกลาง ซึ่งในแต่ละกลุ่มตลาดมีความสนใจใช้บริการเชิงการแพทย์แตกต่างกัน ดังนี้

- ออสเตรเลีย

นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียเป็นกลุ่มตลาดหลักของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นสัดส่วน 90% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาใช้บริการในสถานประกอบการ หรือ ประมาณ 2,000-3,600 คนต่อปี และ 50-60% ของลูกค้าทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย โดยบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือบริการศัลยกรรมทรวงอก โดยแบ่งเป็นการใช้บริการการทำศัลยกรรมเพื่อยกกระชับ (คิดเป็น 50-60%) ศัลยกรรมเพื่อลดขนาดทรวงอก (คิดเป็น 10-15%) และศัลยกรรมเพื่อขยายทรวงอก (คิดเป็น 25-30%)



ลดไขมันหน้าท้องและต้นขา รองลงมาคือ ศัลยกรรมรอบดวงตา(แก้มตุ๋นตาหรือหนังตาหย่อน) ซึ่งจะทำความคุ้นเคยกับการดัดหน้า เพื่อยกกระชับและลดริ้วรอย เช่น การเติมไขมัน การเติมฟิลเลอร์ การร้อยไหม

สำหรับการทำศัลยกรรมทรวงอกนั้น นักท่องเที่ยวต้องมียุทธศาสตร์ระยะเวลาพำนักในจังหวัดภูเก็ตไม่น้อยกว่า 7 วันและมีขั้นตอนในการรับบริการทางการแพทย์ซึ่งใช้ระยะเวลาผ่าตัด 1 วันและรอตรวจความเรียบร้อย ความปลอดภัย ไม่มีอาการแทรกซ้อน จนกระทั่งตัดไหม ซึ่งในระหว่างนั้นนักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องพักในโรงพยาบาลและสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ตามปกติ เช่น การใช้บริการสปา ซ้อมปิ้ง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชน ยกเว้นแต่กิจกรรมทางน้ำและกิจกรรมเชิงผจญภัย

● จีน

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจซึ่งมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวระยะสั้น นิยมแสวงหาประสบการณ์ใหม่และไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ โดยในระหว่างการท่องเที่ยวจะแบ่งเวลาประมาณครึ่งถึงหนึ่งวันเพื่อเข้ารับบริการเสริมความงามและชะลอวัย (เช่น การฉีดโบท็อกซ์ ฉีดฟิลเลอร์ ร้อยไหม เป็นต้น) การตรวจสุขภาพและการล้างพิษในเลือด (โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากเมืองใหญ่ที่มีมลภาวะเป็นพิษสูง เช่น เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาใช้บริการเสริมความงามและชะลอวัย สร้างรายได้ให้แก่สถานประกอบการโดยเฉลี่ยประมาณ 3 – 4 ล้านบาทต่อเดือน โดยทางบริษัทตัวแทนนำเที่ยวจะส่งนักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการเดือนละประมาณ 2-3 กลุ่ม กลุ่มละประมาณ 50 คน

นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อรับบริการการบำบัดเด็กหลอดแก้วเพื่อเลือกเพศ (In-vitro Fertilization-IVF) และทันตกรรม (เช่น การรักษารากฟัน) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ ใช้เวลาบริการอย่างน้อย 30-45 วัน โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เลือกที่จะมาใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

● รัสเซีย

นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนิยมใช้บริการศัลยกรรมรอบดวงตา(แก้มตุ๋นตาหรือหนังตาหย่อน) ซึ่งจะทำความคุ้นเคยกับการดัดหน้า เพื่อยกกระชับและลดริ้วรอยมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีบริการใหม่ที่มีศักยภาพสูงสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียคือ การทำคลอดและตรวจสอบความผิดปกติของทารกก่อนหนึ่งขวบ ซึ่งต้องใช้เวลาอยู่ในจังหวัดภูเก็ตประมาณ 4-6 เดือน โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เลือกที่จะมาใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

● ประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง

นักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางเป็นตลาดใหม่ที่ทางโรงพยาบาล ทำการตลาดโดยเน้นการให้บริการตรวจสุขภาพและรักษาโรค

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคลินิกทันตกรรม ที่มีการทำการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตมากกว่า 10 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มาใช้บริการด้านทันตกรรมในจังหวัดภูเก็ตมีการเติบโตอย่างมาก ทำให้มีผู้ประกอบการด้านทันตกรรมทั้งในรูปแบบของคลินิกทั่วไปและในโรงพยาบาลของรัฐและเอกชนเติบโตอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตมีคลินิกทันตกรรมประมาณ 100 คลินิก และเริ่มมีคลินิกด้านทันตกรรมรายใหญ่หรือในรูปแบบสาขาจากกรุงเทพ ฯ เข้ามาให้บริการในพื้นที่



จังหวัดภูเก็ต กระจายตัวอยู่ทั่วไปภายในเขตตัวเมืองภูเก็ตและแหล่งท่องเที่ยวชายหาดต่าง ๆ เช่น ป่าตอง กะตะ กระรน บางเทา และฉลอง ในเขตตัวเมืองภูเก็ตจะเน้นการให้บริการสำหรับตลาดคนไทยหรือคนท้องถิ่น แต่คลินิกทันตกรรมบริเวณชายหาดจะมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน คือ เน้นตลาดนักท่องเที่ยว และปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ยุโรป สแกนดิเนเวีย อเมริกา เป็นกลุ่มตลาดหลักที่มาใช้บริการประมาณร้อยละ 70 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กลับมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตและมาใช้บริการซ้ำ นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาใช้บริการด้านทันตกรรมจะมีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า ปรีกษาทางคลินิกเพื่อสอบถามข้อมูลต่าง ๆ และกรณีที่มีความประสงค์จะทำการตรวจรักษาภายในช่องปากหลายรายการในช่วงเวลาเดียวกันจะนิยมเลือกมาใช้บริการในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) เพราะคำนึงถึงเรื่องราคาเป็นปัจจัยหลัก สามารถประหยัด ค่าที่พัก ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน ในขณะที่ค่ารักษาด้านทันตกรรมราคาค่าบริการไม่มีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลท่องเที่ยว

สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการทันตกรรมในจังหวัดภูเก็ตมีรูปแบบการเลือกใช้บริการทันตกรรมแตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครอบครัว จะพิจารณาเลือกใช้บริการด้านทันตกรรมในโรงพยาบาลมากกว่าเพราะเชื่อมั่นในด้านการให้บริการ มาตรฐานของอุปกรณ์และบุคลากรด้านการแพทย์ เป็นต้น สำหรับระยะเวลาที่ใช้บริการด้านทันตกรรมนั้น ผู้รับบริการไม่จำเป็นที่จะต้องพักค้างคืนในโรงพยาบาลหรือคลินิก แต่ระยะเวลาการรักษาขึ้นอยู่กับโปรแกรมหรือแผนการรักษาที่ลูกค้าเลือกไว้ การรักษาที่รวดเร็วเกินไปย่อมส่งผลกระทบต่อผลและมีความเสี่ยง ลูกค้าอาจจะมาที่คลินิกมากกว่า 1 ครั้ง แต่ส่วนใหญ่จะใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์ เช่น การรักษารากฟันและครอบฟัน (Crowns treatment and Root canal therapy)

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตให้ความสนใจใช้บริการเชิงการแพทย์ที่แตกต่างกันใน 4 กลุ่มตลาดแต่สิ่งๆที่เหมือนกันคือนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งเวลาส่วนหนึ่งระหว่างการท่องเที่ยวเพื่อเข้ารับบริการสปาและการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพตามความสนใจในระหว่างก่อนหรือหลังรับบริการเชิงการแพทย์

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเกี่ยวกับรูปแบบการทำการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า มีการทำการตลาด ดังนี้

- **ใช้บริการบริษัทตัวแทนเชิงการแพทย์** เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ส่วนใหญ่เป็น

นักท่องเที่ยวแบบอิสระ นิยมใช้บริการบริษัทตัวแทนเชิงการแพทย์ (Medical Agent) เพื่อความสะดวกในการหาข้อมูลและเลือกโรงพยาบาล/สถานพยาบาล โดยบริษัทตัวแทนเชิงการแพทย์จะเป็นผู้ดูแลประสานงานในขั้นตอนต่าง ๆ เช่น การออกแบบการเดินทางแบบเหมาจ่าย (Group Travel) หรือการเดินทางแบบส่วนตัว (Individual Travel) การติดต่อสอบถามข้อมูลระหว่างทีมแพทย์และนักท่องเที่ยว การสำรองที่พัก การจองตั๋วเครื่องบิน การดูแลเรื่องการเดินทางรถรับ-ส่ง ตลอดจนการนำเสนอโปรแกรมนำเที่ยวอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการก่อนหรือหลังการรับบริการได้



- **การร่วมงานประชุมด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนานาชาติ** ทางผู้ประกอบการโรงพยาบาลมีการเข้าร่วมงานด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนานาชาติ เช่น งาน International Tourism Borse (ITB) งานประชุมเชิงวิชาการทางการแพทย์ หรือผ่านทางแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในเวทีการประชุมทางแพทย์ในระดับนานาชาติ

- **การทำการตลาดออนไลน์** ปัจจุบันสถานประกอบการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาล/คลินิก เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการทำการตลาดออนไลน์มากขึ้น โดยการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลการบริการถึง 5 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาเยอรมัน ภาษารัสเซีย ภาษาอาหรับและภาษาสวิตซ์ มีระบบสนทนาถาม - ตอบ ผ่านทางออนไลน์ ตอบอีเมลลูกค้าที่สนใจ รวมถึงการให้คณะแพทย์ที่เกี่ยวข้องให้ข้อมูลตอบข้อซักถามผ่านระบบวีดีโอคอนเฟอเรน (Video Conference) และมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการรับ-ส่ง ตั้งแต่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงสนามบิน และมีการทำการตลาดผ่านช่องทางสื่อสารอื่น ๆ โดยเฉพาะการตลาดดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การทำการตลาดดังกล่าวข้างต้น เป็นการให้ข้อมูลแบบแยกส่วนตามลักษณะบริการที่สถานประกอบการแต่ละแห่งมี ขาดการบูรณาการข้อมูลเพื่อนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในการวางแผนและตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีให้เลือกใช้บริการอย่างหลากหลายในจังหวัดภูเก็ต

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้มีการรวบรวมข้อมูลในส่วนของความเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยการศึกษาข้อมูลทฤษฎีจากสื่อสังคมออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวได้มีการแสดงความคิดเห็นต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

ในจังหวัดภูเก็ต โดยสรุป พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการเชิงการแพทย์ที่จังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจต่อการบริการแบบมีอาชีพของบุคลากรทางการแพทย์ สะดวก รวดเร็ว สภาพแวดล้อมที่ดี เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย ราคาเหมาะสม คุณภาพดี ความสะดวกสบายของที่พักรักษาและดูแลเรื่องการเดินทางระหว่างที่โรงแรมที่พัก โรงพยาบาล และสนามบิน ตลอดจนผลการรักษาเป็นที่พึงพอใจอย่างมาก เนื่องจากการดูแลเอาใจใส่ การต้อนรับด้วยมิตรไมตรีจิตที่ดี มีจิตใจที่พร้อมจะให้บริการอย่างเต็มเปี่ยมตั้งแต่เดินทางถึงสนามบินจนกระทั่งเดินทางกลับประเทศ อีกทั้งการติดตามผลการรักษาหลังจากกลับไปแล้วผ่านทางอีเมล สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้การบริการเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตเป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีแนวโน้มจะเดินทางกลับมาใช้บริการซ้ำร่วมกับการพักผ่อน และแนะนำบุคคลอื่น ให้มาใช้บริการเชิงการแพทย์และพักผ่อนที่จังหวัดภูเก็ต

2) กลุ่มผู้ประกอบการที่มีการให้บริการสุขภาพแบบองค์รวม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีความโดดเด่นในการให้บริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมของจังหวัดภูเก็ต จำนวน 5 ราย โดยมี 4 รายที่มีการให้บริการเชิงการแพทย์ร่วมกับการให้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ และ 1 รายเป็นการให้บริการแพทย์ทางเลือก (อายุรเวท) ร่วมกับการบริการสปาเพื่อสุขภาพและการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพอื่น ๆ เพื่อปรับเปลี่ยนแนวทาง/วิถีการใช้ชีวิต (life transformation) การปรับพฤติกรรมกรกิน และสร้างความสมดุลทั้งทางร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวจาก



ประเทศในกลุ่มยุโรป (สหราชอาณาจักร รัสเซีย เอเชีย (จีน ฮองกง) และตะวันออกกลาง (บาห์เรน คูไบ โอมาเน ตุรกี) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มคุณภาพสูง มีการเดินทางในรูปแบบอิสระ (Free Individual Tourist-FIT) และมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพ ใช้เวลาส่วนใหญ่ทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพ ภายในสถานประกอบการ ได้แก่ การบริการทางการแพทย์ อาหารเพื่อสุขภาพ กีฬาเพื่อสุขภาพ (เช่น โยคะ มวยไทย เป็นต้น) การให้คำปรึกษาเพื่อสุขภาพ การฝึกอบรมการทำอาหารเพื่อสุขภาพ และสปาเพื่อสุขภาพ

จากการสัมภาษณ์ พบว่า มีสถานประกอบการ 2 แห่งที่มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์ โดยมีคลินิกและแพทย์ประจำ ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีสปาเชิงการแพทย์ (Medical Spa) อาหารเพื่อสุขภาพ กีฬาหลากหลายประเภท การนั่งสมาธิและโยคะ ฮอโรโมนที่รีดเมนต์ รวมถึงมีที่พักให้บริการ โปรแกรมสุขภาพที่ได้รับนิยมจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ โปรแกรมควบคุมน้ำหนัก โปรแกรมชะลอวัย และโปรแกรมดีท็อกซ์(Detox) และบริการสปาเชิงการแพทย์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ได้แก่ การนวดน้ำเหลือง เพื่อให้ระบบน้ำเหลืองไหลเวียนดี ซึ่งเอาไปผูกกรวมกับโปรแกรมควบคุมน้ำหนัก (Weight Loss) โดยลูกค้าจะได้รับบริการให้คำปรึกษาแพทย์เฉพาะทาง และ/หรือนางพยาบาลก่อนการเข้ารับบริการ

ในปัจจุบันผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีการเชื่อมโยงแบบองค์รวม สนใจที่จะพัฒนาความร่วมมือกับธุรกิจอื่น ๆ เช่น

- ความร่วมมือกับสนามกอล์ฟในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำเสนอโปรแกรมเพื่อสุขภาพที่รวมกิจกรรมการเล่นกอล์ฟเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารักสุขภาพในกลุ่มนิยมการเล่นกอล์ฟ โดยเฉพาะซึ่งเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง
- ความร่วมมือกับศูนย์การตรวจวิเคราะห์และเสริมสร้างศักยภาพทางสมอง และศูนย์บริการตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์ (N Health) ของโรงพยาบาลกรุงเทพ ภูเก็ต
- ความร่วมมือกับโรงแรม โดยการส่งบุคลากรไปให้ความรู้เรื่องโภชนาการ หรือให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพ แก่พนักงานและแขกของโรงแรม
- ความร่วมมือกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ และโรงพยาบาล ในจังหวัดภูเก็ตเพื่อสร้างความเชื่อมโยงการให้บริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมให้มีความชัดเจนและสมบูรณ์มากขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการทั้ง 9 ท่าน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ต สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

จุดแข็ง

1. สถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เช่น โรงพยาบาล คลินิก โรงแรม รีสอร์ท และบริษัทที่เปิดให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่ในทำเลที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมระดับโลก มีชายหาดที่สวยงามมีความสงบและเป็นส่วนตัว และมีการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายเพิ่มขึ้น เป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต



2. สถานประกอบการเชิงส่งเสริมสุขภาพมีบริการที่หลากหลาย เช่น ดีท็อกซ์ สปา โยคะ การนวดสมาธิ มวยไทย และมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ในภูมิภาค เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย เป็นต้น

3. นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงการรับบริการต่าง ๆ ทั้งเชิงการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะการบริการเชิงการแพทย์ที่ได้รับมาตรฐานรับรองในระดับนานาชาติ เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตมีสถานพยาบาล จำนวน 2 แห่ง ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยการดูแลผู้ป่วยระดับมาตรฐานสากล Joint Commission International (JCI)

4. สถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตมีความปลอดภัยและมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญหลากหลายสาขา นอกจากนี้สถานพยาบาลมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความชำนาญสูงระดับ 1 ใน 3 ของประเทศไทยเกี่ยวกับศัลยกรรมความงาม เช่น การผ่าตัดแปลงเพศ การผ่าตัดทรวงอก แพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านชะลอวัย เป็นต้น

5. สถานประกอบการบริการเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตมีโปรแกรมการบริการที่หลากหลายและมีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ศัลยกรรมตกแต่งทรวงอก ชะลอวัย การตรวจสุขภาพ ศัลยกรรมแปลงเพศ ทันตกรรม การตรวจวิเคราะห์และเสริมสร้างศักยภาพทางสมอง การตรวจสุขภาพทั่วไป และการรักษาโรคมะเร็ง

6. สถานประกอบการการบริการเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตมีบุคลากรสนับสนุนงานให้บริการทั่วไป และบุคลากรที่มีทักษะวิชาชีพเฉพาะ ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ประสบการณ์ ตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้วยมิตรไมตรีแบบไทย และมีทัศนคติการให้บริการที่ดีอย่างมืออาชีพ

7. สถานประกอบการการบริการเชิงการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ เครื่องมือและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย โดยเฉพาะด้านการล้างพิษ และศัลยกรรมความงาม

8. ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีนโยบายชัดเจนในการสนับสนุน ส่งเสริมการออกแบบโปรแกรมและเชื่อมโยงบริการเชิงสุขภาพ เพื่อยกระดับการบริการให้มีความแตกต่าง หลากหลาย และเพิ่มมูลค่าในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จุดอ่อน

1. บุคลากรที่ดูแลรับผิดชอบด้านการตลาดขององค์กรยังขาดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งผลให้ขาดความมั่นใจ ขาดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งมีความแตกต่างและความสนใจที่หลากหลาย เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์การตลาดอย่างถูกต้อง

2. การขาดแคลนบุคลากรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ในด้านทักษะการสื่อสาร ความรู้ ความเชี่ยวชาญในการประสานความเชื่อมโยงบริการเพื่อการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

3. ขาดการนำอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นมาเชื่อมโยงบริการ ส่งผลให้การแข่งขันในปัจจุบันมุ่งเน้นไปที่ราคา มากกว่าการออกแบบ พัฒนาโปรแกรมสุขภาพที่มีการเชื่อมโยงบริการระหว่างกลุ่มแบบองค์รวมที่มีอัตลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 วิเคราะห์โอกาสและความท้าทายสำหรับการเชื่อมโยงการบริการที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

จากผลการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ประกอบการโรงพยาบาล/สถานพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตให้ความสนใจกับการสร้างความร่วมมือกับธุรกิจที่พักเพื่อสุขภาพ และสปาเพื่อสุขภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มาใช้บริการคล้ยกรรมความงาม การชะลอวัย ทันตกรรม และบริการทางการแพทย์อื่น ๆ นิยมใช้บริการนวดสปาในระหว่างพำนักในจังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตามในปัจจุบันทางโรงพยาบาลยังไม่มีบริการสปาภายในสถานประกอบการ จึงมีความสนใจในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ เช่นกัน ในขณะที่สถานประกอบการที่มีการให้บริการสุขภาพแบบองค์รวมมีข้อจำกัดในด้านบุคลากรและข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการให้บริการเชิงการแพทย์ที่มีความซับซ้อน ดังนั้น สถานประกอบการบริการสุขภาพแบบองค์รวมจำนวน 3 ราย จึงมีความสนใจในการสร้างพันธมิตรความร่วมมือกับโรงพยาบาล และโรงแรม/รีสอร์ทในพื้นที่ เพื่อสร้างโอกาสในการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากขึ้น มีเพียง 1 รายมีความเห็นว่าการบริการที่มีในปัจจุบันของตนเป็นบริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมและมีจุดเด่น คือ มีแพทย์อายุรเวท ซึ่งเป็นแพทย์ทางเลือกประจำอยู่ในสถานประกอบการเพื่อให้บริการให้คำปรึกษาที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละคน และมีผู้เชี่ยวชาญเชิงส่งเสริมสุขภาพเฉพาะด้านหมุนเวียนมาให้บริการตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นจุดขายที่สร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ และไม่สนใจเชื่อมบริการกับโรงพยาบาล/สถานพยาบาล

เมื่อสอบถามถึงโอกาสและความท้าทายในการเชื่อมโยงการบริการเชิงการแพทย์กับการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพระหว่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอการบริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวมแก่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต สามารถสรุปความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อโอกาสและความท้าทายในการเชื่อมโยงการบริการระหว่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวมของจังหวัดภูเก็ต ได้

โอกาสในการเชื่อมโยงการบริการที่เกี่ยวข้องระหว่างผู้ประกอบการ

การเชื่อมโยงบริการด้านที่พักเพื่อสุขภาพ

เนื่องจากที่พักเป็นปัจจัยพื้นฐานส่วนหนึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวและมารับบริการ และการบริการเชิงการแพทย์ที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องพักในโรงพยาบาล เช่น กรณีรับบริการทำเด็กหลอดแก้ว(In-vitro Fertilization-IVF) Treatment ที่ต้องพักอยู่ในภูเก็ตเป็นเวลานาน ไม่ต้องนอนที่โรงพยาบาลตลอดเวลา มาพบหมอแล้วกลับไปพักที่โรงแรม เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากสถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ พบประเด็นที่มีความสำคัญสำหรับธุรกิจที่พักในการสร้างความเชื่อมโยงกับโรงพยาบาล/สถานพยาบาล คือ ทำเลที่ตั้ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจากโรงพยาบาล/สถานพยาบาลมีพฤติกรรมที่จะพักโรงแรมและรีสอร์ทที่มีที่ตั้งในพื้นที่ที่มีความสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อรับบริการที่เชื่อมโยงระหว่างกัน



ในปัจจุบัน จังหวัดภูเก็ตมีโรงแรมและรีสอร์ทที่มีบริการหรือกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลาย เช่น กลุ่มผู้รับบริการชาวรัสเซียมีจำนวนมากที่มารับบริการทำคลอด หลังคลอดก็จะไปพักที่โรงแรมและรีสอร์ท โดยทางโรงแรมและรีสอร์ทมีรายการบริการหรือกิจกรรมที่เหมาะสม เช่น อาหารบำรุงหลังคลอด เป็นต้น หรือ การนำเรื่องโภชนาการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาใช้ในการออกแบบรายการอาหารให้มีความสอดคล้อง สมดุล ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอวัฒนธรรมอาหารที่ใช้วัตถุดิบ ผักและผลไม้ท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต เช่น สับปะรด นมแพะ ใบเหลียง หรือผักผลไม้ประจำชาติชนิดต่าง ๆ ที่มีคุณลักษณะด้านโภชนาการที่เหมาะสมไว้ในรายการอาหารเพื่อการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม นอกจากนี้ สถานประกอบการที่พักจำนวนมากเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อม การขยายบริการเพื่อสร้างการเชื่อมโยง หรือสรรหาคู่มือเพิ่มเติมเพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีการทำการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ มีความยินดีที่จะสร้างความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากรเพื่อการสร้างบริการเชื่อมโยงที่สร้างให้เกิดมูลค่าสูงสุด ที่ผ่าน มา โรงพยาบาลได้มีนโยบายสร้างความร่วมมือกับธุรกิจที่พัก โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างพันธมิตรกับโรงแรมใน จังหวัดภูเก็ตที่มีคุณภาพการบริการได้มาตรฐานและถูกต้องตามกฎหมาย เช่น โรงแรมอมารธา เวลเนส รีสอร์ท โรงแรมบ้านไทย และโรงแรมอิมเพียน่า ภูเก็ต คาบาน่า รีสอร์ท เป็นต้น

การเชื่อมโยงบริการสปาเพื่อการพักผ่อนหย่อนคลาย

เนื่องจากประเทศไทยมีชื่อเสียงในเรื่องการบริการสปาแบบไทย ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสนใจใช้บริการสปาเพื่อการพักผ่อนหย่อนคลายระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ทั้งในช่วงก่อนและหลังจาก การรับการบริการเชิงการแพทย์ จึงมีสถานพยาบาลบางแห่งเริ่มมีการนำเสนอการบริการนวดสปาระหว่างรอ รับบริการเชิงการแพทย์ แต่เนื่องจากยังมีความต้องการจำนวนไม่มาก และมีปัญหาด้านบุคลากร เนื่องจากไม่ใช่ สมรรถนะหลักของทางสถานประกอบการ โรงพยาบาล/สถานพยาบาลส่วนใหญ่จึงยังไม่มีบริการดังกล่าว และยังไม่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพอย่างเป็นทางการ ที่ผ่านมามีโรงพยาบาลที่ให้ความ สนใจที่จะเชื่อมโยงบริการทางการแพทย์และบริการสปา โดยเน้นการสนับสนุนกิจกรรมความ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Corporate Social Responsibility – CSR) ในรูปแบบของ การแนะนำลูกค้าให้ใช้บริการนวดสปาที่อยู่ในรูปแบบของการจัดการโดยชุมชน และเคยส่งทีมงานไป สังเกตการณ์สปาชุมชนที่มีในจังหวัดภูเก็ต แต่พบว่าการบริการสปาโดยชุมชนยังไม่ได้มาตรฐานความสะอาด และสุขอนามัย

การเชื่อมโยงการบริการเชิงสุขภาพแบบองค์รวม

ปัจจุบันมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จำนวนไม่น้อยที่ต้องการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม โดยสนใจ ทำกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพระหว่างรอรับบริการเชิงการแพทย์ เช่น การฝึกสมาธิ การล้างพิษ เพื่อดูแลสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ จึงเป็นโอกาสสำหรับโรงพยาบาล/สถานพยาบาลในการนำเสนอโปรแกรมการ เชื่อมโยงบริการต่าง ๆ โดยนำมิติทางวิทยาศาสตร์การแพทย์มาใช้ร่วมกันกับการดูแลด้านจิตใจ ร่างกาย และจิต วิญญาณ (Mental Body and Spirit) และในปัจจุบัน จังหวัดภูเก็ตมีผู้ประกอบการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่



มีศักยภาพเพิ่มขึ้นมาก จึงเป็นโอกาสในการเชื่อมโยงการบริการระหว่างโรงพยาบาล/สถานพยาบาลกับสถานประกอบการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ความท้าทายในการเชื่อมโยงการบริการเชิงสุขภาพระหว่างผู้ประกอบการ

การดำเนินการเจรจาในข้อตกลงทางธุรกิจระหว่างสถานประกอบการ

เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มวัยทำงาน มีความต้องการราคาแพ็คเกจการบริการเชิงสุขภาพที่คุ้มค่าสูงสุด ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญมากขึ้นในการสร้างความร่วมมือระหว่างกันเพื่อนำเสนอรายการบริการในรูปแบบแพ็คเกจพรีเมียมโดยรวมบริการที่พักเพื่อสุขภาพ สปา และการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ เพื่อการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่มีมูลค่าสูงในราคาที่สมเหตุสมผล เพื่อสร้างจุดขายให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แม้ว่าการสร้างความเชื่อมโยงการบริการเชิงการแพทย์กับบริการด้านที่พักของโรงแรมและรีสอร์ทที่มีการบริการสปา และบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพอื่น ๆ เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกาย โยคะ เป็นต้น จะมีโอกาสเป็นไปได้สูง แต่ก็ยังมีประเด็นความท้าทายในกระบวนการเจรจาข้อตกลงทางธุรกิจระหว่างสถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ขาดการพูดคุยในรายละเอียดแบบจริงจังในการพิจารณาเลือกพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ สามารถสร้างความเชื่อมโยงในการให้บริการแบบองค์รวม เนื่องจากโรงพยาบาลมีโครงสร้างการบริหารแบบแยกส่วนการดำเนินงานและการตัดสินใจ ทำให้การเจรจาข้อตกลงทางธุรกิจไม่สามารถตัดสินใจได้โดยทันที ในขณะที่โรงแรมและรีสอร์ทที่เป็นโรงแรมในเครือมีข้อจำกัดในลักษณะเดียวกันเนื่องจากผู้ปฏิบัติงานระดับผู้อำนวยการฝ่ายไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ ต้องนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ไปยังฝ่ายบริหารกลาง เพื่อพิจารณาความเหมาะสมและคุ้มค่าในการลงทุนก่อนพิจารณาอนุมัติให้ดำเนินการได้

ขาดการกำหนดตำแหน่งและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน

การสร้างความเชื่อมโยงการบริการระหว่างสถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพนั้น จำเป็นต้องจะอาศัยความร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดตำแหน่ง (Positioning) และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target) ที่ชัดเจน เพื่อร่วมกันออกแบบการบริการแบบครบวงจรเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มนั้น ๆ และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการประสบความสำเร็จในการทำการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเด็นความท้าทายในการเชื่อมโยงการบริการระหว่างสถานพยาบาลและโรงแรม/รีสอร์ทเพื่อสุขภาพ คือ โรงแรม/รีสอร์ทในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่จะเน้นการทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเฉพาะช่วงนอกเทศกาล เพื่อเพิ่มยอดการเข้าพัก โดยการผูกรวมการบริการสปาเพื่อสุขภาพ กิจกรรมการออกกำลังกาย อาหารเพื่อสุขภาพ และห้องพัก โดยมีการจัดโปรแกรมการบริการรวมในราคาพิเศษร่วมกับทางสถานพยาบาล แต่ในช่วงเทศกาล ทางโรงแรมจะมีการปรับราคาห้องพักสูงขึ้น และเน้นตลาดนักท่องเที่ยวทั่วไปเป็นหลัก ทำให้เกิดความยุ่งยาก



สำหรับสถานพยาบาลในการนำเสนอขายโปรแกรมที่มีราคาแตกต่างกันมากให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาใช้บริการในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตในปัจจุบันให้ความสนใจตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีความสนใจในการทำเด็กหลอดแก้ว (In-vitro Fertilization-IVF) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมเดินทางมาเป็นครอบครัวหรือมีผู้ติดตาม ความท้าทายในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ปัญหาเรื่องที่พัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการเดินทางมาแบบครอบครัว จึงต้องการห้องครัว และพื้นที่ทำอาหาร แต่โรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่จะไม่มีห้องครัวไว้ให้บริการ ในขณะที่ห้องพักที่มีห้องครัวและสามารถทำอาหารได้ มีอัตราค่าห้องสูงมากจนไม่เกิดความคุ้มค่าในการนำบริการดังกล่าวมาผูกรวมในโปรแกรมเพื่อนำเสนอแก่ลูกค้า

ในปัจจุบัน การทำการตลาดยังเป็นแบบต่างคนต่างทำ ไม่มีการกำหนดตำแหน่งและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม และขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตโดยภาพรวม ทำให้การดำเนินนโยบายเพื่อการเชื่อมโยงบริการระหว่างกันเกิดขึ้นได้ยาก

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

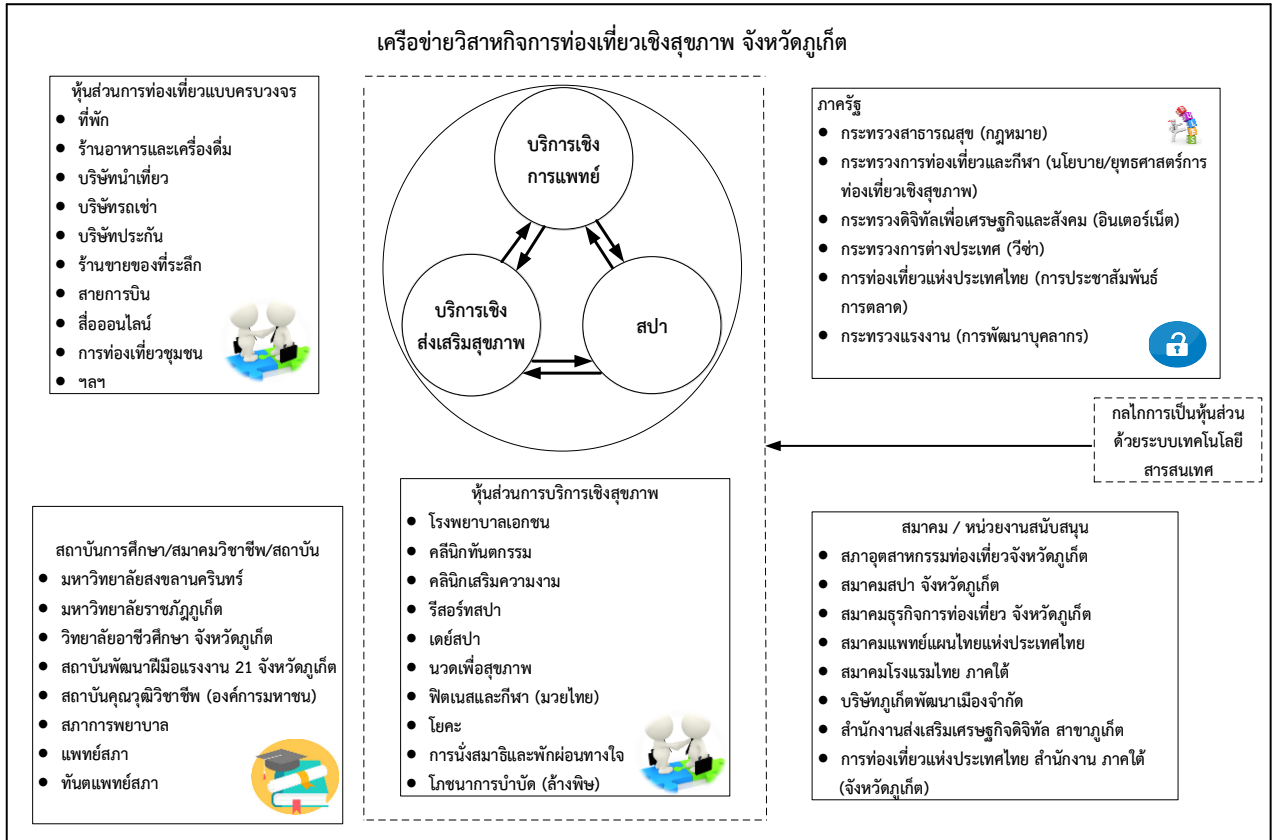
จังหวัดภูเก็ตได้รับการขนานนามว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและถูกจัดอันดับให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ด้วยปัจจัยสนับสนุนเชิงบวกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และศักยภาพการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องทั้งในด้านรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับกระแสการเติบโตด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกที่นักท่องเที่ยวได้เริ่มให้ความสำคัญในการสร้างความสมดุลของชีวิตทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ โดยนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักในการเดินทางเพื่อการดูแลสุขภาพและพักผ่อนหย่อนใจ ใช้เวลาพำนักประมาณ 7-14 วัน นิยมใช้บริการสัลยกรรมความงาม และการชะลอวัยตรงกับข้อมูลจาก C9 Hotelworks (2016) ได้รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตว่า จังหวัดภูเก็ตมีชื่อเสียงในตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์โดยเฉพาะในด้านสัลยกรรมความงาม และการชะลอวัย โดย 70 เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าสัลยกรรมความงาม คือ นักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย ในขณะที่ลูกค้ากลุ่มหลักของการบริการชะลอวัย คือ นักท่องเที่ยวจีน เลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ (1) โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมีมาตรฐานระดับสากล ผ่านการรับรองคุณภาพ JCI จำนวน 2 แห่ง (2) บุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์ พยาบาล และบุคลากรสนับสนุนทางการแพทย์) มีความรู้ความสามารถทักษะความชำนาญเฉพาะด้าน (3) ค่าใช้จ่ายในการรับบริการในจังหวัดภูเก็ตมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ (4) ความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงบริการต่าง ๆ ทั้งบริการเชิงการแพทย์และการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ (5) มีโปรแกรมการให้บริการที่มีหลากหลายและมีคุณภาพ เช่น สัลยกรรมตกแต่งทรวงอก ชะลอวัย การตรวจสุขภาพ สัลยกรรมแปลงเพศ ทันตกรรม การตรวจวิเคราะห์และ



เสริมสร้างศักยภาพทางสมอง ดีทีเอกซ์ สปา โยคะ การนั่งสมาธิ มวยไทย การรักษาโรคมะเร็ง รวมทั้งการตรวจเช็คสุขภาพทั่วไป (6) สิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมและรีสอร์ท อุปกรณ์ เครื่องมือและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ (ณัฐพล สีสาวพัฒนานันท์, 2559, ศิขริน เจนเจริญวงศ์, 2552, และสำนักประสานงานและบริหารโครงการ, 2556) ซึ่งพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยได้รับความนิยม คือ คุณภาพของบุคลากรทางการแพทย์ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ราคาที่เหมาะสม มาตรฐานการบริการ บุคลากรสนับสนุนให้บริการด้วยไมตรีจิต มิตรภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ดังนั้น จังหวัดภูเก็ตจึงมีศักยภาพสูงในการก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

จากปัจจัยสนับสนุนที่กล่าวมาข้างต้นทำให้จังหวัดภูเก็ตมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพิ่มขึ้นทุกปีโดยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระที่เดินทางมาจากประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ กลุ่มประเทศยุโรป (สหราชอาณาจักร รัสเซีย เยอรมัน สแกนดิเนเวีย) เอเชีย (จีน ฮองกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย อินเดีย) อเมริกา และตะวันออกกลาง (บาเรนห์ คูไบ โอมาน ตุรกี) พิจารณาเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต เพราะการเดินทางมาท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในการบำบัดรักษาโรคหรือตรวจเช็คสุขภาพพร้อมกับการพักผ่อนหย่อนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม โดยในปัจจุบัน ผู้ประกอบการโรงพยาบาล สถานพยาบาลที่มีการทำการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ความสนใจที่จะเชื่อมโยงการบริการเชิงการแพทย์กับการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น สปาเพื่อสุขภาพ อาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกาย และที่พักเพื่อสุขภาพ เพื่อนำเสนอการบริการสุขภาพแบบองค์รวมที่มีอัตลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต โดยความร่วมมือจากทุกภาคที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ตาม โมเดลเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต เพื่อการเชื่อมโยงการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังภาพที่ 1





การจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่มีคุณภาพโดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์การบริการเพื่อสุขภาพใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวในอนาคต ภายใต้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง สำหรับพัฒนาโปรแกรมการบริการเพื่อสุขภาพที่มีความเชื่อมโยงระหว่างกันแบบครบวงจร ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อร่วมปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดร่วมกัน ตลอดจนร่วมกันสร้างความเข้มแข็ง และประสานความเชื่อมโยง เพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการตามความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยผู้รวมบริการเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพสูง เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ สถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ควรมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเบื้องต้นกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สปาเพื่อสุขภาพ อาหารเพื่อสุขภาพ รีสอร์ทเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ในการส่งต่อผู้รับบริการเพื่อให้การดูแลระหว่างผู้ประกอบการได้มาตรฐานและเป็นไปตามความคาดหวังและพึงพอใจของผู้รับบริการ ภายใต้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบันการศึกษา สมาคมวิชาชีพ และหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาบุคลากร กำกับดูแลคุณภาพ มาตรฐานการบริการ และการส่งเสริมการตลาดร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด \

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ สปาและการส่งเสริมสุขภาพ ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต” ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากผู้ให้การสนับสนุนหลายท่าน คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานสนับสนุนกองทุนวิจัย (สกว.) ผู้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยงบประมาณประจำปี 2559 ขอขอบพระคุณคณะที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์มนัส ชัยสวัสดิ์ คุณรังสิมันต์ กิ่งแก้ว ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภักดีพินิจ คุณภูมิภักดิ์ รักแตงาม และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (ประธาน) คุณสุชาวดี ศรีสุวรรณภาพ คุณธนศ วรรณศรี คุณอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก นพ.ธานินทร์ สนธิรักษ์ ดร.จุฑา ธาราไชย ที่กรุณาให้ข้อชี้แนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้

บรรณานุกรม

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2558). “กรม สบส.ขับเคลื่อนนโยบาย Medical Hub ไร้รอยต่อมุ่งสู่เมืองแห่งสุขภาพ ความเป็นเลิศด้านบริการสุขภาพ”. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก [https://www.thailandmedicalhub.net:8443 /display_news.jsp?id=N00000002198](https://www.thailandmedicalhub.net:8443/display_news.jsp?id=N00000002198).
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569). เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก <http://203.157.7.120/fileupload/2560-102.pdf>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กลุ่มสุขภาพความงาม (Spa and Wellness). เข้าถึงเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-download-zone/14-cate-download-zone/cate-dl-executive-summary/471-dl-2553-spa-wellness>.
- เข็มทิศท่องเที่ยว. (2561). ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเมื่อใคร ๆ ก็อยากอายุยืน. เข้าถึงเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/10612>.
- จิรวดี คุณทรัพย์ และ ชัชฎารัชช กุลาหงส์. (2551). สถานการณ์และการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก eTAT Tourism Journal จุลสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำไตรมาสที่ 4/2551 (ตุลาคม-ธันวาคม 2551).
- ณัฐพล ลีลาวัฒนาพันธ์. (2559). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 เดือนมกราคม – มีนาคม 2559. เข้าถึงเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7622.
- ณัฐวรรดี คณิตินสุทธิทอง (2558). แรงจูงใจและปัจจัยในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย ดุษฎีนิพนธ์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ปีการศึกษา 2558 สืบค้นจาก <http://rcim.rmutr.ac.th/wp-content/uploads/2017/03/2.Research-paper-DBA-58.pdf>



- วรินทรา ศิริสุทธิกุล และคณะ. (2557). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ให้บริการด้านสุขภาพของไทยเพื่อการพัฒนา ศูนย์สุขภาพองค์รวมต้นแบบสู่ตลาดอาเซียน. เข้าถึงเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก <http://kids-d.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1994/1/oct.pdf>.
- ศิขริน เจนเจริญวงศ์. (2552). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย (Medical Tourism Strategies for Thailand)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา การจัดการบริการและการท่องเที่ยว (หลักสูตรนานาชาติ) คณะบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *โครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการ วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก*. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก https://tatreviewmagazine.files.wordpress.com/2017/09/db_tune-in.pdf.
- ศศิพงษ์ บุญยงค์. (2558). *MEDICAL TOURISM: เที่ยวเทรนด์ใหม่ เที่ยวเชิงสุขภาพ*. เข้าถึงเมื่อ 5 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://horizon.sti.or.th/node/5>.
- สำนักประสานและบริหารโครงการ (ปบ.) (2556). *การส่งเสริมคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย (ระยะที่ 2)*. เข้าถึงเมื่อ 5 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก. [http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1/jun-2556/18.%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A11-%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%9E%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B9%8C2\(%E0%B8%9B%E0%B8%9A\).pdf](http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1/jun-2556/18.%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A11-%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%9E%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B9%8C2(%E0%B8%9B%E0%B8%9A).pdf).
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- C9 Hotelworks (2016). *Phuket Medical Tourism Market February 2016*. Access 10 March 2019. Available from <http://www.c9hotelworks.com/downloads/phuket-medical-tourism-market-2016-02.pdf>.
- Danell and Mugomba. (2006). *Medical Tourism and its Entrepreneurial Opportunities - A conceptual framework for entry into the industry*. Access 10 March 2019. Available from https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/4671/1/2006_91.pdf.
- Global Spa Summit. (2011). *Wellness Tourism and Medical Tourism: Where do Spas Fit?*. Access 10 March 2019. Available from http://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/pdf/spas_wellness_medical_tourism_report_final.pdf.
- Global Wellness Institute. (2018). *2018 Global Wellness Tourism Economy*. Access 10 March 2019. Available from <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/global-wellness-tourism-economy/>.
- Macintyre, C. (2000). *The art of action research in the school*. London: David Fultol Publishers.
- Menvielle, L., & Menvielle, W. (2010). *Le tourisme médical, une nouvelle façon de voyager*. *Revue Téoros*, 29(1), 109-119.



- Schmuck, R. A. (2006). *Practical action research for change* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- SRI International. (2010). *Global Spa Summit, Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities*. Access 5 June 2019. Available from http://www.globalspasummit.org/images/stories/pdf/gss_sri_spasandwellnessreport_rev_82010.pdf.
- Vanida Toonpirom. (2019). *Wellness Tourism New Strategies for Tourism*. Access 10 March 2019. Available from <http://gotomanager.com/content/wellness-tourism-New Strategies for Tourism>.

