

แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ปริญญานิพนธ์

ของ

ลลิตา ชุนทอง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤษภาคม 2550

แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ปริญญานิพนธ์

ของ

ลลิตา ชุนทอง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤษภาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

บทคัดย่อ

ของ

ลลิตา ชุนทอง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม  
พฤษภาคม 2550

ลลิตา ขุนทอง. (2550). แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : รองศาสตราจารย์ ภาณี วัฒนโอพาร, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จินดา เกาพิจิตร

งานวิจัยเรื่องแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้รูปแบบการวิจัยในเชิงการวิจัยและการพัฒนา (Research & Development) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบตรวจสอบทรัพยากรด้านการแพทย์และสิ่งอำนวยความสะดวก แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว และแบบสอบถาม โดยใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

ผลการวิจัยพบว่า วิสัยทัศน์ของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ในการพัฒนาโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดให้มีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย นั้น จังหวัดภูเก็ตจะต้องสร้างตราสินค้า (Brand) ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และจังหวัดภูเก็ตจะต้องพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันในรูปแบบแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศ โดยมียุทธศาสตร์ของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ ยุทธศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์ กลยุทธ์ได้แก่ การสร้างการเติบโตของรายได้ และการสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า กลยุทธ์ได้แก่ การตลาดและการประชาสัมพันธ์ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และการเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์ ยุทธศาสตร์กระบวนการภายในโดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล กลยุทธ์ได้แก่ การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการในการบริหารลูกค้าและการให้บริการที่โดดเด่น การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ และการบริหารจัดการ และยุทธศาสตร์การเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล กลยุทธ์ได้แก่ การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร และการบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

AN APPROACH OF PLANNING FOR MEDICAL TOURISM DEVELOPMENT IN  
PHUKET PROVINCE

AN ABSTRACT  
BY  
LALIDA KHOONTHONG

Presented in Partial Fulfillment of the Requirement for the  
Master of Science Degree in Ecotourism Planning and Management  
at Srinakharinwirot University

May 2007

Lalida Khoonthong. (2007). *An Approach of Planning for Medical Tourism*

*Development in Phuket Province*. Master thesis, M.Sc. (Master of Science Degree in Ecotourism Planning and Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc. Prof. Panee Wathanaolarn, Assist Prof. Chinda Paopijit

The objective of the study on the Approach of Planning for Medical Tourism Development in Phuket Province is to create plans for Medical Tourism Development in Phuket Province. Research format was based on Research and Development (R&D), information collection tools were resources audit and a questionnaire. Four samples were used to create the approach of planning for medical tourism development in Phuket province.

The results show that the vision of The Medical Tourism Development in Phuket Province includes: to develop the most qualified and standardized medical service in private hospitals in Phuket province; to promote Phuket to be the Medical Tourism Capital and Health Hub of Asia; to create an outstanding Medical Service Brand for high-end market without creating any impact to Thai customers; and to offer Medical Service Tourism Package to foreign customers. To meet the goal set in the vision, it was recommended 4 strategies: strategy for creating image and profit which includes 2 tactics: creating growth of income and creating quality product; strategy for introducing various and valuable Medical Tourism products and services to customer which includes 4 tactics: marketing and public relation, fully satisfying customer's want to create good relation with customer, offering Medical products and services for customer's satisfaction and to be number one in Medical products and services; strategy for internal process for giving service which includes 5 tactics: responsiveness and responsibility for regulations and society, product development, internal process for customers' management and outstanding service, using medical innovations for delivering service and organization management; and strategy for learning and growth of the hospital which includes 3 tactics: managing appropriate human resources asset, managing informative asset and efficient organizational asset.

## ประกาศคุณูปการ

งานวิจัยเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ด้วยดีเนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาจาก รศ.ภาณี วัฒนโอฬาร และผศ.จินดา เกาพิจิตร ประธานและกรรมการควบคุมปริญญาโท รศ.สุภาพร สุกสีเหลือง ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ที่ได้ให้คำแนะนำในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

และขอกราบขอบพระคุณ รศ. ดร.พยอม ธรรมบุตร ผู้ให้ความรู้และเป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาวิชาด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนสละเวลาอันมีค่าให้กำลังใจ ให้คำปรึกษา และคอยชี้แนะการทำวิจัยครั้งนี้ทุกขั้นตอน การทำงานวิจัยครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากครอบครัว โดยเฉพาะคุณแม่ที่เป็นทั้งกำลังใจและกำลังกาย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ ขอขอบพระคุณน้าดาวที่ให้ความเมตตาในการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พี่ต้อยที่คอยดูแลอย่างดีระหว่างการลงภาคสนาม เพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้ช่วยเหลือแบ่งปันข้อมูลและเป็นกำลังใจให้ตลอดมา บริษัทวิทยุการบินที่เอื้อเฟื้อสถานที่พักและข้อมูล รวมไปถึงผู้ที่ได้ช่วยเหลือตอบแบบสอบถามทั้งในส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน โรงพยาบาลทั้งสามแห่ง และชาวภูเก็ต หากมีความผิดพลาดประการใดผู้วิจัยกราบขออภัยมา ณ ที่นี้

คุณค่าและประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ ขอมอบบูชาพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ทุกท่าน ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ผู้วิจัย ด้วยสำนึกในพระคุณเป็นอย่างสูง

ลลิตา ขุนทอง

## สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมุติฐานการวิจัย.....	7
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	8
การท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	8
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	16
การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์.....	19
ทฤษฎีด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน.....	26
การวางแผนยุทธศาสตร์.....	28
ทฤษฎีด้านการตลาด.....	55
นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย.....	66
แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดอันดามัน.....	72
บริบทพื้นที่ศึกษา.....	76
แผนยุทธศาสตร์จังหวัดภูเก็ต.....	94
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	101
<b>3 วิธีการดำเนินการวิจัย</b> .....	106
การสังเกตภาคสนาม.....	106
การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว.....	106
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	106
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	108
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	111
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	111



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>114</b>
ผลการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์.....	114
ผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	117
ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	123
ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาคเอกชนเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	142
ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาคประชาชนเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	162
ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	182
ผลการศึกษาความคิดเห็นในภาพรวมของ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	209
ผลการศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	244
แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	248
<b>5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>265</b>
สรุปผลการวิจัย.....	267
แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ในจังหวัดภูเก็ต.....	270
อภิปรายผล.....	271
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	282
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	284

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	285
ภาคผนวก.....	293
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	337

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 เป้าหมายทางการตลาด.....	52
2 แผนงานตลาดต่างประเทศ.....	52
3 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวสุขภาพ.....	69
4 ศักยภาพการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต.....	94
5 จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ สาธารณสุขและอัตราส่วนประชากร ภูเก็ต ปี พ.ศ. 2545.....	99
6 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	123
7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	125
8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	126
9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของ การบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	127
10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อน ของการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	128
11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาส ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	129
12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรค ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	130

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	131
14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	132
15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทาง การแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ.....	133
16 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	143
17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	145
18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	145
19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	147
20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อน ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	148
21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาส ในการพัฒนาของการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	149

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	150
23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	151
24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	152
25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน.....	153
26 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	163
27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	165
28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	166
29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	167
30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	168

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	169
32 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	170
33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	171
34 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	172
35 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน.....	173
36 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	182
37 จำนวนร้อยละ ของลักษณะการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	185
38 จำนวนร้อยละ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	185
39 จำนวนร้อยละ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	186
40 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจเกี่ยวกับการเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	186
41 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	187

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	188
43 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	189
44 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำรวจความต้องการในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชนจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	190
45 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำรวจความต้องการในการเข้ารับบริการการแพทย์ทางเลือกในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	191
46 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำรวจความต้องการด้านการบริการในโรงพยาบาลเอกชนของจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	191
47 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	192
48 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	193
49 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	194

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
50 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	195
51 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	196
52 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	198
53 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	199
54 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	209
55 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต.....	211
56 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	213
57 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	215
58 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	217
59 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	219
60 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	221



## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
61 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	223
62 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทาง การแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์.....	225
63 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทาง การแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์.....	229
64 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทาง การแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์.....	234
65 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทาง การแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์.....	240

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	10
2 วงจรการวางแผนยุทธศาสตร์.....	33
3 โครงสร้างและองค์ประกอบต่าง ๆ ของยุทธศาสตร์ และความสัมพันธ์ระหว่างกัน.....	40
4 แผนที่ยุทธศาสตร์คลินิก เซนต์ มารี ดุสิต.....	42
5 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว.....	47
6 วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย.....	51
7 ภาพรวมการตลาด.....	57
8 ภาพรวมเป้าหมายเชิงกลยุทธ์สนับสนุนการจัดบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์ สุขภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ.....	67
9 โครงสร้างยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด.....	75
10 แผนที่จังหวัดภูเก็ต.....	78
11 โครงสร้างยุทธศาสตร์จังหวัดภูเก็ต.....	97
12 โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต.....	115
13 บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต.....	115
14 ตราโรงพยาบาลสิริโรจน์.....	116
15 บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลสิริโรจน์.....	116
16 โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต.....	117
17 ห้องพักในโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต.....	117
18 ชายหาดป่าตอง.....	118
19 ชายหาดกะตะ กระรน.....	119
20 แหลมพรหมเทพ.....	120
21 วัดพระทอง หรือ วัดพระผุด.....	121
22 วัดไชยธาราราม หรือ วัดฉลอง.....	121
23 อนุสาวรีย์วีรสตรี.....	122
24 ตึกเก่าชิโนโปรตุกีส.....	122

## บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
25 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ ในจังหวัดภูเก็ต.....	210
26 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต.....	212
27 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	214
28 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	216
29 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	218
30 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	220
31 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	222
32 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	224
33 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 1.....	227
34 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 2.....	232
35 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 3.....	238
36 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 4.....	242
37 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต.....	244

## บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
38 แผนที่แสดงทรัพยากรด้านการบริการทางการแพทย์.....	246
39 แผนที่แสดงทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว.....	247

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่สลับซับซ้อนและจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก องค์การการท่องเที่ยวโลก World Tourism Organization-WTO (2549: ออนไลน์) ได้มีการคาดการณ์ไว้ว่า ในปี พ.ศ.2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 1,560 ล้านคน โดย 1,200 ล้านคนจะเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศนั้นจะมีจำนวนสูงถึง 400 ล้านคน ซึ่งยุโรปถือเป็นทวีปที่มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวมากที่สุดถึง 717 ล้านคน รองลงมาคือ เอเชียตะวันออกและแถบแปซิฟิกมีจำนวนนักท่องเที่ยว 397 ล้านคน และอเมริกามีจำนวนนักท่องเที่ยว 282 ล้านคน ตามมาด้วยแอฟริกา ตะวันออกกลางและเอเชียใต้ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นนี้จึงทำให้ทั่วโลกหันมาสนใจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและต่างก็พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการบริการของตนให้มีความน่าสนใจและมีความหลากหลายมากขึ้น เช่นการจัดการท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม (Special Interest Tourism) โดยเน้นไปที่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน อันได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism), Nightlife Tourism, MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(Health Tourism) อันจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศ

ด้วยความโดดเด่นด้านกายภาพและการมีเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม จึงทำให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นหนึ่งในภูมิภาคที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก อันจะเห็นได้จากอัตราการจ้างงานภายในภูมิภาคที่สภาการท่องเที่ยวโลก The World Travel & Tourism Council-WTTC (2549: ออนไลน์) ได้รายงานไว้ ซึ่งคิดเป็นตัวเลขแล้วสูงถึง 21,743,000 งานและจะสูงถึง 28,134,000 งานในปี พ.ศ. 2559 ประกอบกับได้มีการริเริ่มโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในสาขาต่างๆ ในการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียนครั้งที่ 7 โดยที่ประชุมได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงพิจารณาจัดทำความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในภูมิภาค อันจะทำให้ประเทศอาเซียนและไทยต้องเร่งพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวภายในของแต่ละประเทศให้มีมาตรฐาน เพื่อจะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้ (วชิรชัย สิริสัมพันธ์. 2546: 19)

ประเทศไทยก็เป็นประเทศหนึ่งที่มีรายได้หลักจากการท่องเที่ยวอันจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นจากปี 2548 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 2,510,276 คน เป็น 2,564,299 คน ในปี 2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 โดยจากทุกภูมิภาคมีอัตราการเติบโตของตลาดเพิ่มขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549: ออนไลน์) โดยเฉพาะตลาดแถบยุโรปและอเมริกา ทั้งนี้อาจแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย ไม่ว่าจะเป็นในด้านความ

ปลอดภัย ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หรือความพร้อมด้านการให้บริการ ผนวกกับคณะรัฐมนตรี ได้มีมติอนุมัติแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Medical Hub of Asia ) ตามที่กระทรวงสาธารณสุขเสนอเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2547 มีกำหนดระยะเวลา ดำเนินการ 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2547-2551) ใช้งบประมาณราว 564 ล้านบาท โดยมุ่งเน้นการพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางการรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ และมุ่งพัฒนาสุขภาพ สมุนไพรไทย ( *ปราสาทสังข์*. 2547: 22)

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ถือเป็นตลาดกลุ่มย่อย (Niche Market) ที่มีความสำคัญและกลายเป็นตลาดหลักของการท่องเที่ยวของไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นอเมริกาหรืออังกฤษ เนื่องจากประเทศเหล่านี้ไม่สามารถให้บริการทาง การแพทย์ได้อย่างรวดเร็ว จึงนำส่งผู้ป่วยมารักษาในประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้ป่วย ชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการถึง 7.3 แสนคน (จากจำนวนโรงพยาบาลเอกชนทั่วประเทศปี 2546 จำนวน 344 แห่ง) และมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 1 ล้านคนในปี 2548 ( *ปราสาทสังข์*. 2547: 23) เนื่องจากบุคลากรทางการแพทย์มีคุณวุฒิและประสบการณ์ ในขณะที่ค่ารักษาพยาบาลมีราคาถูก กว่าประเทศอื่น และยังมีเทคโนโลยีและเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย และด้วยเหตุนี้จึงมีการ คาดการณ์กันว่าเราจะสามารถผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการรักษาพยาบาลของเอเชียได้ตาม เป้าหมายที่วางไว้

และตามนโยบายของรัฐบาลที่จะให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ นั้น จึงได้มีการจัดทำพื้นที่นาร่องในการพัฒนาโดยจังหวัดภูเก็ตก็เป็นหนึ่งในพื้นที่นาร่องนั้นด้วย ทำ ให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและทดลองใช้บริการกันมากขึ้น จังหวัดภูเก็ตนั้นนอกจากจะมีแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก มีการบริการที่ได้มาตรฐานเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกแล้ว นั้น ยังมีความพร้อมด้านบริการทางการแพทย์ เช่นการให้บริการผ่าตัดแปลงเพศ การผ่าตัดหัวใจ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีจัดการเพื่อรองรับการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 100 ในช่วง เวลา 3 ปีที่ผ่านมา เช่นในปี พ.ศ. 2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามารับการรักษากับ โรงพยาบาลเอกชนทั่วทั้งประเทศประมาณ 630,000 คน ในปีพ.ศ. 2546 เพิ่มขึ้นเป็น 973,532 คนและ ในปี พ.ศ. 2547 มีจำนวนสูงถึง 1,100,000 คน (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก. 2546: ออนไลน์) ผู้วิจัยจึง เห็นความจำเป็นและความสำคัญที่จะศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ใน จังหวัดภูเก็ต เพื่อจะได้ดำเนินงานวิจัยมาเป็นกรอบความคิดในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อสนองนโยบายที่จะให้ไทยเป็นศูนย์กลาง ด้านการรักษาพยาบาลของเอเชีย

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของประเทศไทย และสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่เข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางการสร้างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

## ความสำคัญของการวิจัย

เมื่อทำการศึกษาแล้วจะสามารถนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ที่ได้ไปเป็นแนวทางเพื่อประกอบการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในระดับชาติต่อไป

## ขอบเขตของการวิจัย

### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ศึกษาวิจัย ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกระทุ้ง อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยจะทำการวิจัยถึงการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัย** ได้แบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม

1. ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดภูเก็ต เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต สำนักงานจังหวัดภูเก็ต
2. ภาคเอกชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น ผู้บริหารโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่โรงพยาบาล สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภูเก็ต หอการค้าจังหวัดภูเก็ต ผู้ประกอบการด้านที่พัก การขนส่งและบริการต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต
3. ประชากรภาคประชาชน คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต อำเภอกระทุ้ง อำเภอถลาง
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดภูเก็ตที่เดินทางท่องเที่ยวและมารับบริการด้านการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยเลือกใช้บริการของ

โรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลสิริโรจน์ และโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)
2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling)
3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)
4. การเลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การวางแผนยุทธศาสตร์ หมายถึง กระบวนการในการกำหนดวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กรรวมทั้งกำหนดทรัพยากรที่ต้องใช้ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าประสงค์
2. การวางแผนแบบบูรณาการ หมายถึง การบูรณาการมิติด้านการเงิน มิติด้านลูกค้าและการตลาด มิติด้านกระบวนการภายใน และมิติด้านการเรียนรู้และการเติบโตเข้าด้วยกัน
3. การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนาน เพื่อการประชุม และเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง ในการวิจัยครั้งนี้การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนาน เพื่อการประชุม และเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องในจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ
5. การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ (Medical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งรักษาและฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เช่นการตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การผ่าตัดแปลงเพศ และรวมไปถึงการดูแลรักษาสุขภาพฟัน ในพื้นที่ของโรงพยาบาลเอกชนที่ให้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต
6. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง การรักษาพยาบาลและบริการต่างๆ ที่ทางโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่งได้นำเสนอแก่ผู้ป่วยหรือนักท่องเที่ยว



**7. ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์** หมายถึง ระดับความสามารถในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต โดยวัดจากความพร้อมในการให้บริการของโรงพยาบาล ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และปริมาณของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาล

**8. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ** หมายถึง บุคคลที่เป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต และใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต

**9. นักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและมาอาศัยอยู่เป็นเวลานาน ซึ่งหมายถึงระยะเวลาตั้งแต่ 2 สัปดาห์จนถึง 2-3 เดือน หรือ 2-3 ปี โดยทั่วไปแล้วการท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีความหมายโดยนัยว่าเป็นการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเกษียณอายุ หรือผู้มีฐานะดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544: ไม่ปรากฏเลขหน้า) ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่ภูเก็ต

**10. โรงพยาบาล** หมายถึง โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลสิริโรจน์ และโรงพยาบาลมิชชั่น

**11. แพทย์** หมายถึง แพทย์ผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจวินิจฉัยอาการเจ็บป่วย ตรวจร่างกายอย่างละเอียด บอกถึงปัญหาความเจ็บป่วย ให้คำปรึกษาหรือแนะนำ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือและมีคุณภาพในการให้บริการแก่ผู้รับบริการหรือผู้ป่วย ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง แพทย์ประจำและแพทย์พิเศษในโรงพยาบาลดังกล่าว

**12. พยาบาล** หมายถึง ผู้ช่วยแพทย์ในการให้บริการด้านการรักษา ตรวจโรคหรือแนะนำผู้ป่วยในเบื้องต้น และดูแลผู้ป่วยหลังการรักษาตามคำสั่งของแพทย์ ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง พยาบาลประจำและพยาบาลพิเศษในโรงพยาบาลดังกล่าว

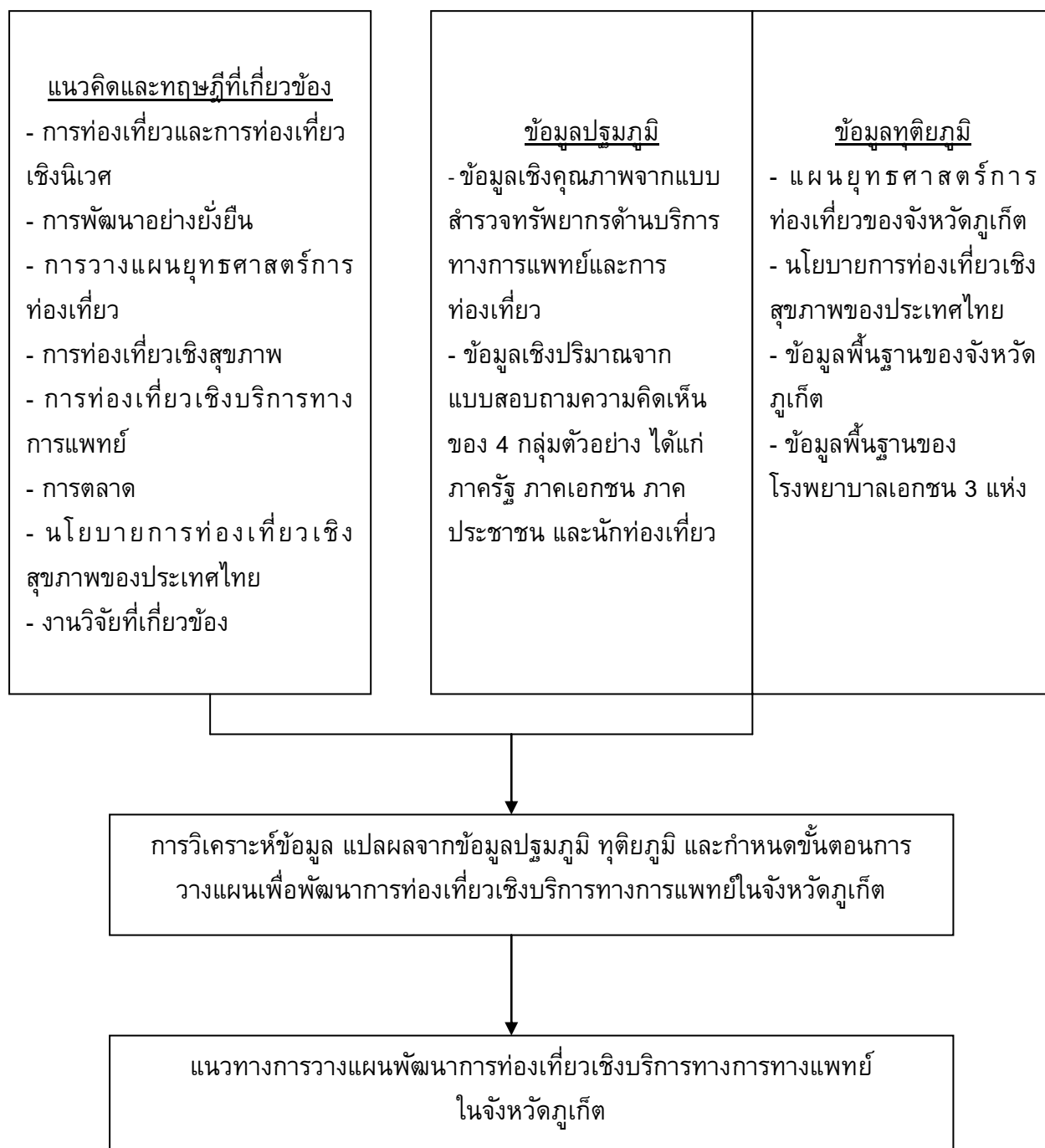
**13. เจ้าหน้าที่** หมายถึง พนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวของโรงพยาบาล ซึ่งไม่รวมแพทย์และพยาบาล

**14. ผู้ป่วยนอก** หมายถึง ผู้ป่วยที่มารับการรักษาที่โรงพยาบาล โดยมาและกลับในวันเดียว

**15. ผู้ป่วยใน** หมายถึง ผู้ป่วยที่มารับการรักษาที่โรงพยาบาล และต้องนอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาลดังกล่าว

**16. การพัฒนา** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงให้ได้มาซึ่งความเจริญเติบโต ก้าวหน้าทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การพัฒนาการให้บริการทางการแพทย์

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## สมมุติฐานการวิจัย

เมื่อนำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมารวบรวมวิเคราะห์และแปรผลตามแนวคิด ทฤษฎีของการพัฒนาและการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแล้ว จะทำให้ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอแนวคิดตามหัวข้อต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์
4. ทฤษฎีด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน
5. การวางแผนยุทธศาสตร์
6. ทฤษฎีด้านการตลาด
7. นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย
8. แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดอันดามัน
9. บริบทพื้นที่ศึกษา
10. แผนยุทธศาสตร์จังหวัดภูเก็ต
11. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. การท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

##### 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก World Tourism Organization-WTO (2549: ออนไลน์) ให้ความหมายของ *การท่องเที่ยว* ว่าหมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

- ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร
- ประการที่ 2 การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม
- ประการที่ 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิง เริงรรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2549: ออนไลน์) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ตามความหมายขององค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปีพ.ศ. 2506 ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ ต้องมีการเดินทาง ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่ไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างต่อไปนี้คือ เพื่อพักผ่อนในวันหยุดเพื่อการศึกษา เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรกเพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา

แม็คอินทอช, โกลเนอร์ และริทชี ( Robert W. McIntosh; Charles R. Goldner; & J.R. Brent Ritchie. 1995: 11) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวประกอบไปด้วย กิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคลที่ได้ท่องเที่ยวไปและได้ค้างแรมอยู่ ณ ที่ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่สิ่งแวดล้อมเดิม ๆ และต้องไม่ใช่ระยะเวลาเกินกว่า 1 ปี

จากความหมายของการท่องเที่ยวที่ผู้เชี่ยวชาญหลาย ๆ ท่านได้ให้ความหมายไว้ั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวว่าหมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยที่เป็นภูมิลำเนาไปยังสถานที่อีกแห่งหนึ่งซึ่งต่างจากสิ่งแวดล้อมเดิม โดยไปพักอาศัยเป็นการชั่วคราวและมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง

การท่องเที่ยวนี้ต้องได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมซึ่งรวมไปถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

## 1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2549: 1-2) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ปัจจัย ดังนี้

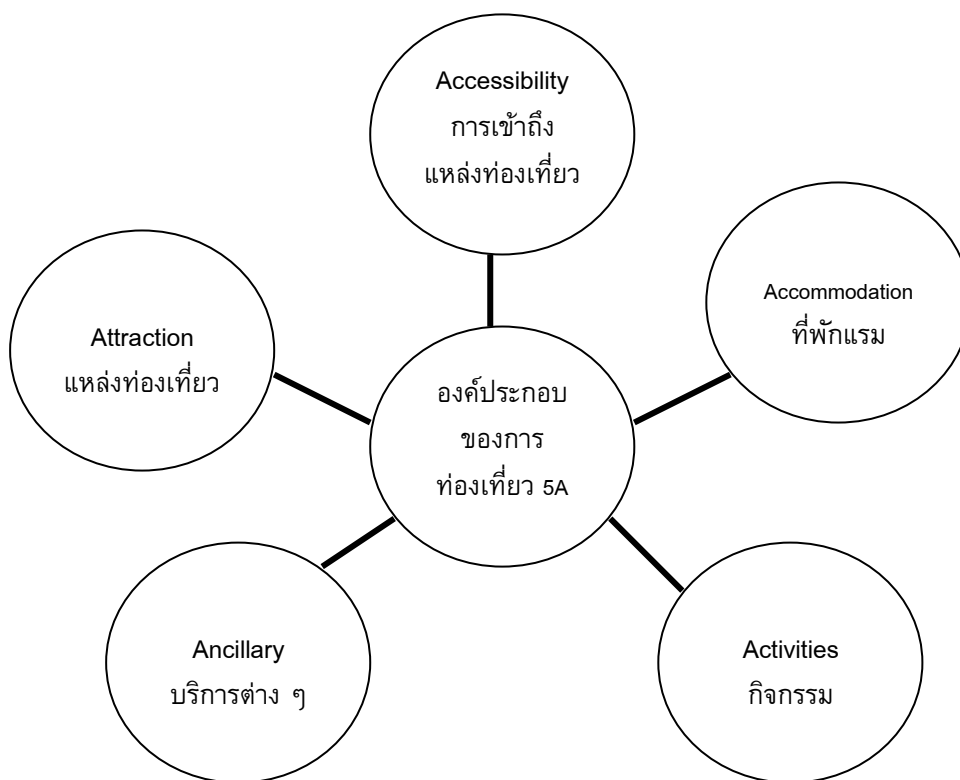
1.2.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การขนส่ง การคมนาคมที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ตัวเมือง รวมถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ได้แก่ ถนน ทางหลวง โครงข่ายคมนาคม ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญและเป็นหัวใจของการท่องเที่ยว

1.2.2 ที่พักแรม (Accommodation) ถือเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวซึ่งต้องค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 คืน ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Homestay เกสเฮาส์ ฯลฯ

1.2.3 แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม งานมหกรรม ประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนเจ้าบ้าน

1.2.4 กิจกรรม (Activities) ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งกิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่น การดำนา การทอผ้า การจับปลา การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น การพายเรือ ดำน้ำดูปะการัง เดินป่า ดูนก หรือกิจกรรมผจญภัย เช่น การปีนหน้าผา การล่องแก่ง การขี่ช้าง

1.2.5 บริการต่าง ๆ (Ancillary) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีบริการด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาล ปั้มน้ำมัน ฯลฯ



ภาพประกอบ 1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร. (2549ก). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. หน้า 2.

### 1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

สิริพรรณ สุพรรณพงศ์ (2549: 8-9) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ จึงทำให้การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมดังต่อไปนี้

- 1.3.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ
  - 1.3.1.1 ก่อให้เกิดการกระจายรายได้
  - 1.3.1.2 ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ
  - 1.3.1.3 ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน
  - 1.3.1.4 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ
  - 1.3.1.5 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น
  - 1.3.1.6 ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต
- 1.3.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศ
  - 1.3.2.1 ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น
  - 1.3.2.2 ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น
  - 1.3.2.3 ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
  - 1.3.2.4 ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา
  - 1.3.2.5 ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น
  - 1.3.2.6 ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่าย
  - 1.3.2.7 ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี

### 1.4 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นได้มีผู้เชี่ยวชาญและองค์กรต่าง ๆ ได้จำกัดความไว้ดังนี้

เซบาลอส-ลาสคูเรน (Ceballos - Lascurain. 1991: ออนไลน์) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนจณลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ เหล่านั้น

อลิซาเบท บู (Elizabeth Boo. 1991: ออนไลน์) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือการท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อ การอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุน สำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ที่มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและ สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

The Ecotourism Society (1991: ออนไลน์) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรม และ ประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ และ ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เกิด ประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น

เวสเทิร์น (Western. 1993: ออนไลน์) ได้ปรับปรุงคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของ The Ecotourism Society ให้สั้นและกะทัดรัด แต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้น คือ การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น

The Commonwealth Department of Tourism (1994: ออนไลน์) ได้ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยว ธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน คำว่า ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมยัง ครอบคลุมถึงชนบทธรรมชาติที่เปราะบางท้องถิ่นด้วย ส่วนคำว่ารักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืนนั้น หมายถึง การปรับผลประโยชน์ต่าง ๆ กลับสู่ชุมชนท้องถิ่นและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

สิริพรรณ สุพรรณพงศ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2540: 2-50 – 2-51; อ้างอิงจาก สิริพรรณ สุพรรณพงศ์. 2549: 9) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism ว่ามาจาก คำผสมภาษาอังกฤษระหว่างคำว่า Ecology หรือ นิเวศวิทยา กับคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว นอกจากนี้มีการใช้ศัพท์ภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่มีความหมายใกล้เคียงกัน เช่น Natural-based Tourism แทนคำว่า Ecotourism ศัพท์เหล่านี้บัญญัติขึ้นเพื่อบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism) ในส่วนของศัพท์ภาษาไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ใช้คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” เมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบของคำอาจหมายความว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการหรือทำที่ในการอนุรักษ์ คำนี้จึงมีความหมายกว้างขวางเกินความหมายของ Ecotourism ที่แท้จริง เพราะครอบคลุมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้เสนอให้ราชบัณฑิตยสถานบัญญัติศัพท์ที่เหมาะสม ซึ่งผลการบัญญัติศัพท์ Ecotourism เป็นภาษาไทย มีความเห็นว่า คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” นั้น ถูกต้องตามหลัก ภาษาไทยและสื่อความหมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศได้



สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2549: ออนไลน์) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) คือรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มีลักษณะพิเศษเป็นของตนเอง และแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ลักษณะพิเศษที่อ้างถึง ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน (Natural-Based Tourism) เช่นแหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่ง และชายทะเล เป็นต้น แต่อาจหมายรวมถึง ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น หากสิ่งเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหรือเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน้อยหรือต่ำ หรือไม่ มีผลกระทบต่อ วิถีทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ เพราะฉะนั้น การป้องกัน และ ควบคุมผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ เช่น ไม่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่สนับสนุนให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เน้นธรรมชาติและองค์ประกอบของธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดึงดูด

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้และเข้าใจ ธรรมชาติ และ องค์ประกอบของธรรมชาติ (รวมทั้งศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น) ตลอดจนผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อม ในเชิงบวก เพราะฉะนั้น การจัดระบบบริการข้อมูล และการสื่อความหมายธรรมชาติ รวมทั้งการเพิ่มพูนศักยภาพของมัคคุเทศก์ จึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้น ๆ ที่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุน ให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการคิด (วางแผน) การทำ (ปฏิบัติหรือดำเนินการ) และการติดตามตรวจสอบประเมินผลร่วมกับผู้เกี่ยวข้อง ส่วนอื่น ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน พร้อมได้รับผลตอบแทน ในเชิงเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นด้วยความเหมาะสมเป็นธรรม จากลักษณะดังกล่าวข้างต้น

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้กล่าวมาทั้งหมด จึงพอจะสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้และประสบการณ์จากการเดินทาง และการท่องเที่ยวนั้นจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยชุมชนหรือเจ้าบ้านต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะต้องกลับคืนสู่ชุมชนและทรัพยากรการท่องเที่ยว

## 1.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544: 2-4) ได้กำหนดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ 4 ประการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity of Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Ecosystem) ในพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Managed Tourism) เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental Education-based Tourism)

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of Local Community or People Participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิด การวางแผน ปฏิบัติตามแผน ใต้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว และในที่สุดแล้วท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Grass Root) จนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (ราณี อธิชัยกุล 2546ก: ไม่ปรากฏเลขหน้า; อ้างอิงจาก. รำไพพรรณ แก้วสุริยะ 2546: 75-76) ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คือการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ของระบบนิเวศเฉพาะแต่ละแห่ง

2. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ คือการเดินทางท่องเที่ยวป่าบางแห่งก่อนไปถึงที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดหมายปลายทาง โดยผ่านหมู่บ้านที่มีผู้คนอาศัยและมีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวอาจแวะชมวิถีชีวิตของหมู่บ้านนั้น ๆ

3. มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีระบบ ผู้ที่เกี่ยวข้องหมายถึง เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยวที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีระบบร่วมกัน คือการรักษาความสะอาด การจัดการขยะอย่างมีระบบ การจัดการน้ำดีน้ำเสีย การป้องกันมลพิษทางเสียงและอากาศ และการจัดการความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณค่าและคุณภาพที่ยั่งยืน

4. มีการจัดการด้านการให้ความรู้ หมายถึง การจัดการให้ความรู้ในเรื่องระบบนิเวศธรรมชาติที่เกี่ยวข้องและด้านสิ่งแวดล้อมของสถานที่อย่างเป็นระบบแก่นักท่องเที่ยว โดยเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการจัดทำป้ายสื่อความหมายธรรมชาติ ป้ายชี้ทางนักท่องเที่ยว แผนที่นักท่องเที่ยวและคู่มือท่องเที่ยวในที่นั้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเข้าใจการท่องเที่ยวมากขึ้น

5. มีความรับผิดชอบโดยผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ประชาชนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวควรมีส่วนร่วมในการวางแผน จัดการ และดำเนินการร่วมกัน รวมทั้งร่วมรับผลประโยชน์อย่างเสมอภาคกันด้วย

6. เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินและประทับใจ หมายถึง นักท่องเที่ยวควรเพลิดเพลินและประทับใจ ได้รับความรู้ใหม่และประสบการณ์จากการเดินทางและทำกิจกรรมท่องเที่ยว

และดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศประกอบไปด้วยปัจจัยหลายด้าน โดยให้ความสำคัญทั้งในด้านของผู้บริโภคและผู้ผลิต คือ มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์ ความพึงพอใจ และจิตสำนึกในการมาท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวนั้นจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่จะนำมาซึ่งการอนุรักษ์ และยังเป็นโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว โดยผลประโยชน์และรายได้ที่เกิดขึ้นจะตกอยู่กับชุมชน ซึ่งจะทำให้ชุมชนเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญของการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการวางแผนทรัพยากรร่วมกับการอนุรักษ์ ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

## 1.6 จุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กองการวางแผนการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546ก: 33) ได้กำหนดจุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ 5 ประการดังนี้

1. ให้มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ที่ได้รับการอนุรักษ์ ป่าชุมชน และรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืนโดยคำนึงถึงขีดความสามารถที่รองรับได้
2. ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างจิตสำนึกเพื่อรักษาระบบนิเวศ
3. มีการจัดการที่ประสานความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยมีการจัดการกำกับดูแล และการประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในทิศทางที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์อย่างเหมาะสม เสริมสร้างชุมชนที่มีความเข้มแข็ง ประชาชนสามารถรักษาวิถีชีวิตที่ดี มีการเปลี่ยนแปลงด้วยความสมัครใจ
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน ที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากร และรักษาเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและสังคมของพื้นที่
5. ให้นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาสู่ประเทศไทยให้มากขึ้น และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศมากขึ้น และมีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

## 2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

### 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศไทยได้มากถึงหมื่นล้านบาทต่อปี จึงทำให้หลายฝ่ายหันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และได้มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ดังนี้

อารัญ บุญชัย และจินตนา ตันศราววิพุธ (2546ก: 22) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ โดยทั่วไป การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล และสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมในช่วงศตวรรษที่ 16 และ 17 ในระยะแรกการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ น้ำแร่ บ่อน้ำร้อน การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อหลบหนีอากาศหนาวเย็นในช่วงฤดูหนาว มายังพื้นที่ที่อบอุ่นกว่า อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพใน

ปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงลักษณะการท่องเที่ยวมาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำบัดโรคภัยไข้เจ็บหรือเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2546: 28)

กมลวัลย์ กี่สุวรรณ และยุวดี นิรัตน์ตระกูล ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่า หมายถึงการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวไปพร้อมกับพักผ่อนเพื่อให้มีสุขภาพกายและใจที่ดี (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548: 315 อ้างอิงจากสมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. 2540: ไม่ปรากฏเลขหน้า)

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กล่าวมาแล้ว อาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น หมายถึงการเดินทางไปยังพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อบำบัดรักษา ฟื้นฟูสุขภาพ และเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กัน

## 2.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ และคนอื่น ๆ (2545: 56-61) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยแบ่งตามคุณประโยชน์หลักที่ลูกค้าต้องการ ดังนี้

1. บริการที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด (Relax Oriented Services) เช่น นวดบำบัด วารีบำบัด สูดนธบำบัด และการบำบัดด้วยเสียง
2. บริการที่บำรุงรักษาสุขภาพ (Wellness Oriented Services) เช่น การตรวจสุขภาพ นวดบำบัด วารีบำบัด สูดนธบำบัด การบำบัดด้วยอาหาร การบำบัดด้วยเสียง การบำบัดทางจิตใจ และการบำบัดทางการแพทย์อื่น ๆ
3. บริการที่บำรุงรักษาเพื่อเสริมความงาม (Beauty Oriented Services) เช่น การดูแลรักษาหน้า การบำบัดร่างกาย และการเสริมสวย

อารัญ บุญชัย และจินตนา ต้นศรวิพุธ (2546ข: 22-23) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ 2 ประเภทตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยว โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนหรือนอกที่พักผ่อนอย่างมีคุณภาพมาตรฐานถูกวิธีตามหลักวิชาการอย่างแท้จริง เช่น การนวด อบ ประคบสมุนไพร สูดนธบำบัด (Aroma Therapy) และวารีบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ และอื่น ๆ โดยทั่วไปนิยมจัดการเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม โดยจัดโปรแกรมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นด้วย และเลือกพักผ่อนในสถานที่พักตากอากาศประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีศูนย์สุขภาพหรือศูนย์กีฬาให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่มีมาตรฐาน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยว โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟัน และการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่น ๆ เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

จริญญา เจริญสุดใส (ราณี อธิชัยกุล 2546ข: 90-91; อ้างอิงจาก จริญญา เจริญสุดใส 2544.) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งตามลักษณะสุขภาพของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องจากคำรักษาพยาบาลในประเทศไทยถูกกว่าต่างประเทศ และประเทศไทยมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญและมีมือหลายด้าน

2. การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรืออยู่ในระยะพักฟื้น การท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์ อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและเป็นธรรมชาติรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ และออกกำลังกายอย่างเบา ๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการลักษณะนี้ เช่น ชิวาครม สถานพักตากอากาศชายทะเล เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเองภายใต้สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในปัจจุบัน โดยการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพอย่างถูกวิธี เช่น การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ การฝึกไทเก๊ก การอาบน้ำแร่หรือสปา การนวดแผนโบราณ การรับประทานสมุนไพร การรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ และการพักผ่อนในที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ ใกล้เคียงธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยมีสถานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพหลายประเภท

จากการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้เชี่ยวชาญที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมี 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การนวดสมุนไพร การทำสปา และ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ เช่น การตรวจร่างกาย การผ่าตัดเสริมความงาม เป็นต้น

### 3. การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

#### 3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์หรือการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ นับเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม และสามารถนารายได้เข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล ประกอบกับผู้ป่วยในประเทศแถบตะวันตกมีความต้องการในการเข้ารับการรักษา แต่ในประเทศเหล่านั้นจำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงและต้องรอคิวนาน สำหรับประเทศไทยเองซึ่งมีความพร้อมในด้านการให้บริการทางการแพทย์ ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี ด้านบุคลากร หรือแม้แต่ค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า จึงทำให้ประเทศไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการการรักษาได้มาก

สถาบันวิกกีพีเดีย (2547: ออนไลน์) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ว่าเป็นกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศอื่นเพื่อทำการรักษาร่างกาย ทัศนคติกรรม และศัลยกรรม ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะเป็นการรวมปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เทคโนโลยีที่ทันสมัย การควบคุมมาตรฐานการให้บริการ เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ

วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์ (2548: ข) ได้กล่าวถึงบริการทางการแพทย์ว่า เป็นการบำบัดรักษา หรือฟื้นฟูสุขภาพที่สามารถรองรับการรักษาได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บริการตรวจสุขภาพ โดยปกติจะแบ่งโปรแกรมตามกลุ่มอายุของผู้รับบริการ แต่ก็สามารถจัดรายการเพิ่มพิเศษอื่น ๆ เช่น บริการตรวจสุขภาพหัวใจ บริการตรวจสุขภาพสำหรับสตรี เป็นต้น
2. บริการทัศนคติกรรม เช่น บริการฟอกสีฟันให้ขาว ทั้งการใช้สารเคมี และการใช้เลเซอร์ช่วยเร่งปฏิกิริยา เป็นต้น
3. บริการศัลยกรรม เช่นการศัลยกรรมตกแต่ง การผ่าตัดแปลงเพศ การปลูกผม การผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่า เป็นต้น
4. บริการล้างสารพิษ เช่น การฟอกเลือดสำหรับผู้เป็นโรคไต เป็นต้น
5. บริการแพทย์แผนจีน เช่น การฝังเข็ม เป็นต้น
6. บริการแก้ไขสายตาด้วยวิธี Lasik
7. บริการคลอดบุตร
8. บริการผิวพรรณและความงาม

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยจึงขอสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ว่า หมายถึง การเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวเพื่อรักษา ฟื้นฟูสุขภาพ เช่นการตรวจสุขภาพ การผ่าตัด ทำฟัน โดยการเดินทางมารักษาฟื้นฟูสุขภาพนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของการพักผ่อน

### 3.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

จารุณี เต็มสำราญ (มนรัตน์ ใจเอื้อ 2549ก: 76; อ้างอิงจาก จารุณี เต็มสำราญ ม.ป.ป.: ออนไลน์) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ออกเป็น 3 ประเภทได้แก่

1. การเดินทางท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์ที่ผู้ป่วยไม่ได้มีปัญหาด้านการเจ็บป่วยทางกาย แต่มีอาการเจ็บป่วยเกี่ยวกับจิตใจ และแสวงหาหนทางเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด เช่น การพบจิตแพทย์ การตรวจร่างกายและสภาพจิตใจ เป็นต้น
2. การเดินทางท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์ที่ผู้ป่วยมีปัญหาเจ็บป่วยทางกาย และจำเป็นที่จะต้องเดินทางมารับการรักษาที่แพทย์ เช่น การผ่าตัด การทำศัลยกรรม เป็นต้น
3. การเดินทางท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์ที่ผู้ป่วยไม่มีปัญหาเจ็บป่วยทั้งทางร่างกายและใจ ไม่ได้ต้องการรักษาโรค แต่เดินทางเพื่อเสริมความงาม และบุคลิกภาพ เช่น ศัลยกรรมพลาสติก เสริมหน้าอก ลบริ้วรอย และลดน้ำหนัก เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (มนรัตน์ ใจเอื้อ. 2549ข: 77; อ้างอิงจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 2549: 9) ได้แบ่งประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เป็นนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเท่านั้น แต่เมื่อเจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ ก็เข้ามารักษาในโรงพยาบาล

กลุ่มที่ 2 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ซื้อบริการจากบริษัททัวร์ที่ทำแพคเกจทัวร์ 3-5 วัน โดยแพคเกจได้ครอบคลุมถึงด้านการรักษาพยาบาลด้วย ส่วนใหญ่เป็นการทำฟัน การทำเลสิก การผ่าตัดแบบระยะสั้น ๆ การตรวจสุขภาพ ฯลฯ โดยทั้งมีรูปแบบเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวก่อนแล้วจึงค่อยรักษาพยาบาล หรือเข้ามารักษาพยาบาลก่อน แล้วจึงค่อยท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มผู้ป่วยจากประเทศเพื่อนบ้านซึ่งคุณภาพบริการด้านการรักษาพยาบาลไม่ดีนัก จึงเข้ามารักษาในประเทศไทยซึ่งมีคุณภาพการรักษาพยาบาลที่ดีกว่า โดยเข้ามารักษาทั้งที่โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร และรักษาในโรงพยาบาลเอกชนในแถบจังหวัดชายแดน

กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่เข้ามารักษาโรคเฉพาะทางหรือโรคที่รักษายาก โดยนิยมเข้ามารักษาโรคหัวใจมากที่สุด ตามด้วยโรคมะเร็ง โรคที่เกี่ยวกับระบบประสาท รวมถึงการผ่าตัดแปลงเพศ (Gender Reassignment Surgery: GRS.)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แบ่งเป็น 3 ประเภทคือ การเดินทางท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยทางจิต การเดินทางท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยทางกาย และการเดินทางท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยที่ต้องการเสริมความงาม และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมารับบริการทางการแพทย์ก็แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการท่องเที่ยว แต่เข้ารับการรักษาเนื่องจากเจ็บป่วยหรือประสบอุบัติเหตุ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ซื้อบริการจาก



บริษัททัวร์ที่ทำแพคเกจทัวร์ 3-5 วัน โดยแพคเกจได้ครอบคลุมถึงด้านการรักษาพยาบาล กลุ่มผู้ป่วยจากประเทศเพื่อนบ้านที่เดินทางเข้ามารักษา ด้วยเหตุผลด้านมาตรฐานและราคา และกลุ่มผู้ป่วยที่เข้ามารักษาโรคเฉพาะทาง

### 3.3 ประเภทของผลิตภัณฑ์ด้านบริการทางการแพทย์

ประเภทของผลิตภัณฑ์ด้านบริการทางการแพทย์สามารถแบ่งตามลักษณะการให้บริการดังต่อไปนี้

1.1 การตรวจสุขภาพ โดยมีรายการตรวจดังต่อไปนี้ การตรวจ Vital Signs การตรวจตา การตรวจโดยการฉายรังสี เอกซเรย์ปอด อัลตราซาวด์ช่องท้อง การตรวจหัวใจ การตรวจหัวใจด้วยคลื่นเสียงสะท้อนความถี่สูง การตรวจทางห้องปฏิบัติการ การตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ การตรวจน้ำตาลในเลือด การตรวจการทำงานของไต การตรวจไขมันในเลือด การตรวจโรคเก๊าท์ การตรวจการทำงานของตับ การตรวจไวรัสตับอักเสบบี การตรวจหามะเร็ง การตรวจมะเร็งในระบบทางเดินอาหาร มะเร็งตับ มะเร็งต่อมลูกหมาก มะเร็งปากมดลูก การตรวจภายใน การตรวจปัสสาวะ อัจฉาระ

1.2 การตรวจรักษาหัวใจ มีการให้บริการดังต่อไปนี้ การตรวจด้วยการฉีดสีหลอดเลือดหัวใจ และขยายหลอดเลือดหัวใจด้วยบอลลูน (Coronary Angiogram with PTCA) การฉีดสีสวนหัวใจ การสวนหัวใจร่วมกับการขยายหลอดเลือด การตรวจและรักษาภาวะหัวใจเต้นผิดจังหวะโดยใช้กระแสไฟฟ้า การผ่าตัดทำทางเบี่ยงหลอดเลือดหัวใจ การผ่าตัดเปลี่ยนลิ้นหัวใจ

1.3 การตรวจตา มีการให้บริการดังต่อไปนี้ การรักษาสายตาโดยใช้วิธี Lasik: Single Eye การรักษาสายตาโดยใช้วิธี Lasik: Both Eyes การวัดสายตา การวัดความดันลูกตา การวัดความยาวของกระบอกตา การวัดลานสายตา การตรวจกระจกตา เลนส์ตา น้ำวุ้นตา จอประสาทตา การถ่ายภาพจอประสาทตา การตรวจการทำงานของกล้ามเนื้อตา การตรวจความสามารถในการรวมภาพสามมิติ การตรวจภาวะตาบอดสี

1.4 ศัลยกรรมตกแต่ง มีการให้บริการดังต่อไปนี้ การทำศัลยกรรมตกแต่งหนังตา ด้านบนและด้านล่าง การทำศัลยกรรมผ่าตัดเสริมทรวงอก การทำศัลยกรรมผ่าตัดดึงหน้าและคอ การทำศัลยกรรมตกแต่งดูดไขมันบริเวณหน้าท้อง ไตคาง การทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมจมูก การทำศัลยกรรมแปลงเพศ

1.5 การตรวจทางสูตินรีและการทำคลอด มีการให้บริการดังต่อไปนี้ การทำคลอดแบบปกติ การคลอดปกติโดยฉีดยาชาที่ไขสันหลัง การผ่าตัดคลอด การขูดมดลูก การผ่าตัดปีกมดลูก การตรวจวินิจฉัยนรีเวชโดยการส่องกล้อง การผ่าตัดผ่านกล้องทางนรีเวช การผ่าตัดมดลูกทางช่องคลอดผ่านกล้อง การส่องกล้องเพื่อการทำหัตถ์ การทำหัตถ์หึงสตรี การผ่าตัดมดลูกทางหน้าท้อง

1.6 บริการอื่น ๆ ได้แก่ การรักษาโรคทางสมอง การส่องกล้องผ่าตัดนิ้วในถุงน้ำดี การเอกซเรย์หลอดเลือดหัวใจและตรวจหินปูนที่ผนังหลอดเลือด การฉีดวัคซีนสำหรับเด็ก เป็นต้น

### 3.4 มาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาล

การดำเนินงานใด ๆ ก็ตามหากมีมาตรฐานเป็นตัวกำหนดก็จะทำให้งานหรือองค์กรนั้นประสบความสำเร็จ และเป็นที่น่าเชื่อถือ โดยเฉพาะโรงพยาบาลซึ่งเป็นหน่วยงานที่จำเป็นต้องได้รับความไว้วางใจจากผู้ป่วย จึงมีความจำเป็นที่โรงพยาบาลจะต้องดำเนินงานภายใต้หลักเกณฑ์ที่รัฐและองค์กรด้านสาธารณสุขกำหนด เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ป่วยในการเข้ามารับบริการ ซึ่งมีเกณฑ์ ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### 3.4.1 มาตรฐาน ISO 9001:2000

เป็นมาตรฐานที่เน้นเรื่องระบบคุณภาพองค์กรเป็นสำคัญ ออกโดยองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการกำหนดมาตรฐาน (International Organization for Standardization-ISO) ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่ว่าด้วยมาตรฐาน อันเกิดจากการรวมตัวขององค์กรอุตสาหกรรมนานาชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือ และกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2547: ออนไลน์) ได้จัดแบ่งแนวคิดของมาตรฐาน ISO 9001:2000 ออกเป็น 8 ประการ คือ

1. การให้ความสำคัญกับลูกค้า องค์กรต้องพึงพาลูกค้า ดังนั้นองค์กรจึงต้องทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และต้องพยายามดำเนินการให้บรรลุความต้องการของลูกค้า รวมทั้งพยายามทำให้เห็นถึงความคาดหวังของลูกค้า
2. ความเป็นผู้นำ ผู้นำขององค์กรควรมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์กรอย่างชัดเจน และควรสร้างบรรยากาศของการทำงาน ที่จะเอื้ออำนวยให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร
3. การมีส่วนร่วมของบุคลากร บุคลากรทุกระดับคือหัวใจขององค์กร การที่บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในองค์กร จะทำให้ทุกคนได้ใช้ความสามารถ ให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมมากที่สุด
4. การบริหารเชิงกระบวนการ การบริหารกิจกรรมและทรัพยากรเชิงกระบวนการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ จะทำให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ
5. การบริหารที่เป็นระบบ การที่ได้ระบุ ทำความเข้าใจและจัดการกระบวนการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ จะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ
6. การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงสมรรถนะโดยรวมขององค์กร ควรถือเป็นเป้าหมายถาวรขององค์กร
7. การตัดสินใจบนพื้นฐานของความเป็นจริง การตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ มีพื้นฐานจากการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในองค์กร

8. ความสัมพันธ์กับผู้ขายเพื่อประโยชน์ร่วมกัน องค์กรและผู้ขายผู้ให้บริการ ต้องพึ่งพาอาศัยกันและกัน การที่องค์กรมีความสัมพันธ์กับผู้ขายเพื่อประโยชน์ร่วมกัน จะช่วยเพิ่มความสามารถในการสร้างคุณค่าร่วมกันทั้งสองฝ่าย

นอกจากนี้สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ยังได้จัดแบ่งเนื้อหาของมาตรฐาน ISO 9001:2000 ออกเป็น 5 หมวด ดังนี้

1. ระบบการบริหารงานคุณภาพ (Quality Management System)
2. ความรับผิดชอบด้านการบริหาร (Management Responsibility)
3. การบริหารด้านทรัพยากร (Resource Management)
4. การผลิต และ/หรือการบริการ (Product Realization)
5. การวัด วิเคราะห์ และการปรับปรุง (Measure, Analysis and Improvement)

### 3.4.2 มาตรฐาน Hospital Accreditation (HA)

สถาบันรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (วัชรီ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. 2548: 30-31 อ้างอิงจาก สถาบันรับรองคุณภาพโรงพยาบาล. 2545: ออนไลน์) ได้กล่าวถึงมาตรฐาน Hospital Accreditation (HA) ว่าเป็นการรับรองที่เฉพาะเจาะจงสำหรับโรงพยาบาล ซึ่งแต่เดิมใช้สำหรับตรวจสอบ แต่ปัจจุบันมีแนวโน้มเปลี่ยนไปเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### แนวคิดหลักของ Hospital Accreditation

ระบบที่ใช้อยู่ในปัจจุบันไม่เป็นที่น่าพอใจสำหรับทุกฝ่าย ทั้งผู้ป่วย ผู้ให้บริการ และผู้จ่ายเงิน ผู้ป่วยได้รับบริการที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการ มีความเสี่ยง มีการละเมิดสิทธิและศักดิ์ศรีอยู่เนือง ๆ ผู้ให้บริการต้องรับภาระงานหนัก ไม่สามารถแก้ปัญหาข้อติดขัดในการทำงานอย่างราบรื่น ผู้จ่ายเงินรู้สึกว่าการใช้ทรัพยากรที่ไม่มีประสิทธิภาพ

การพัฒนาคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับคือ การนำแนวคิด TQM/CQI ซึ่งจะเน้นการทำงานเป็นทีม การพัฒนากระบวนการการทำงานอย่างต่อเนื่องโดยใช้ข้อมูลและความคิดสร้างสรรค์ การเน้นผู้ป่วยเป็นศูนย์กลาง รวมทั้งการนำความรู้ที่ทันสมัยมาเป็นแนวทางในการดูแลรักษาผู้ป่วย

หัวใจสำคัญของ HA คือ การสร้างระบบทบทวนตรวจสอบตนเองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้ประเมินจากภายนอกทำหน้าที่ยืนยันผลการประเมินตนเอง และกระตุ้นให้มองเห็นโอกาสในการพัฒนาใหม่ ๆ กระบวนการนี้จึงเป็นกระบวนการเรียนรู้มากกว่ากระบวนการตรวจสอบ

#### เนื้อหาสำคัญของมาตรฐาน HA

มาตรฐานฉบับปีกาญจนากิเชก ซึ่ง HA ใช้ในการพัฒนาและรับรองคุณภาพในโรงพยาบาลนั้น สามารถบูรณาการเนื้อหาสำคัญได้ 6 หมวด 20 ประเด็น ดังนี้

**หมวดที่ 1 ความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพ**

1. การนำองค์กร
2. ทิศทางของนโยบาย

**หมวดที่ 2 ทรัพยากรและการจัดการทรัพยากร**

3. การบริหารทรัพยากรและการประสานงานด้านบริการ
4. การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลากร
5. การบริหารสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย
6. เครื่องมือและการจัดการเกี่ยวกับเครื่องมือ
7. ระบบสารสนเทศของโรงพยาบาล

**หมวดที่ 3 กระบวนการคุณภาพ**

8. กระบวนการคุณภาพทั่วไป
9. กระบวนการคุณภาพด้านคลินิกบริการ
10. การป้องกันและควบคุมการติดเชื้อในโรงพยาบาล

**หมวดที่ 4 การรักษามาตรฐานและจริยธรรมวิชาชีพ**

11. องค์กรแพทย์
12. การบริหารการพยาบาล

**หมวดที่ 5 สิทธิผู้ป่วยและจริยธรรมองค์กร**

13. สิทธิผู้ป่วย
14. จริยธรรมองค์กร

**หมวดที่ 6 การดูแลรักษาผู้ป่วย**

15. การทำงานเป็นทีมในการรักษาผู้ป่วย
16. การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ป่วยและครอบครัว
17. การประเมินและวางแผนดูแลรักษา
18. กระบวนการให้บริการ/ดูแลผู้ป่วย
19. การบันทึกข้อมูลผู้ป่วย
20. การเตรียมจำหน่ายและการดูแลอย่างต่อเนื่อง

**3.4.3 การพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation)**

อนุวัฒน์ ศุภชุติกุล (2550. *สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล: ออนไลน์*) การพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation) คือกลไกกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของโรงพยาบาล ควบคู่ไปกับการเรียนรู้แลกเปลี่ยน และการรับรองจากองค์กรภายนอก การรับรองเป็นเพียงส่วนหนึ่งและส่วนสุดท้ายของกระบวนการ แต่จุดสำคัญคือการประเมินและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องของโรงพยาบาล

### 3.4.3.1 แนวคิดในการพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาล

3.4.3.1.1 เน้นการแก้ปัญหาและการตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยและลูกค้า (Awareness to customer requirement)

3.4.3.1.2 เน้นการปรับปรุงกระบวนการทำงาน/ระบบงานอย่างไม่สิ้นสุด (Continuous Process Improvement)

3.4.3.1.3 เน้นการเสริมพลังเจ้าหน้าที่ (Employee Empowerment) และการทำงานร่วมกันเป็นทีม

3.4.3.1.4 เน้นการทำด้วยอุดมการณ์ (Value based leadership)

### 3.4.3.2 ประเด็นหลักในการรับรองและสิ่งที่คาดว่าจะพบ

3.4.3.2.1 โรงพยาบาลมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพ

- มีการนำองค์กรที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพ
- มีเป้าหมายและแผนที่ชัดเจน
- เจ้าหน้าที่ทุกระดับเข้าใจบทบาทของตัวเอง
- มีการเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลต่อผู้รับบริการอย่างชัดเจน

3.4.3.2.2 มีทรัพยากรที่เพียงพอและการจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ

- มีการวางแผนและบริหารทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ
- มีความร่วมมือและประสานงานที่ดี
- มีโครงสร้างกายภาพ สิ่งแวดล้อม การบำรุงรักษา และระบบจัดการ

อย่างต่อเนื่อง

- มีระบบป้องกันและควบคุมการติดเชื้อในโรงพยาบาลที่มีประสิทธิภาพ
- มีระบบสารสนเทศโรงพยาบาลที่เอื้อต่อการบริหาร การบริการ และการ

พัฒนาคุณ

3.4.3.2.3 มีการบริหารความเสี่ยง การประกันคุณภาพ และการพัฒนา

คุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยเน้นผู้ป่วยเป็นศูนย์กลาง

- มีการทำงานเป็นทีมภายในหน่วยงาน ระหว่างหน่วยงาน ระหว่าง

วิชาชีพ

- มีการศึกษาและตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยและผู้รับผลงาน
- มีการติดตามเครื่องชี้วัดคุณภาพที่สำคัญ
- มีการค้นหา/ป้องกันความเสี่ยง ควบคุมความเสียหาย/สูญหาย
- มีระบบประกันคุณภาพในทุกกระบวนการหลัก
- มีการปรับปรุงระบบงาน/กระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องทั้งในงาน

บริการทั่วไปและงานคลินิกบริการ

- มีทีมประสานงานที่มีประสิทธิภาพ

#### 3.4.3.2.4 มาตรฐานและจริยธรรม

- มีการดูแลมาตรฐานและจริยธรรมวิชาชีพทางด้านกายภาพบำบัด โดยเน้นการทบทวนตรวจสอบผลการดูแลผู้ป่วยในรูปแบบต่าง ๆ
- มีการพิทักษ์และคุ้มครองสิทธิผู้ป่วย
- มีการปฏิบัติอย่างเหมาะสมในเรื่องการประชาสัมพันธ์ การรับ/ส่งต่อผู้ป่วย การแจ้งค่ารักษาพยาบาล การดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้าย

#### 3.4.3.2.5 กระบวนการดูแลผู้ป่วยอย่างมีประสิทธิภาพ

- มีการทำงานเป็นทีม
- มีการเตรียมความพร้อมและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ
- มีการประเมินแรกรับที่สมบูรณ์และวางแผนดูแลผู้ป่วยแต่ละราย
- กระบวนการดูแลรักษาเป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพ
- มีการบันทึกข้อมูลในเวชระเบียนสมบูรณ์เพียงพอสำหรับการดูแลต่อเนื่อง
- มีการเตรียมพร้อมสำหรับการดูแลผู้ป่วยหลังจำหน่าย

## 4. ทฤษฎีด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### 4.1 แนวคิดและความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้ามามีบทบาทในกระแสการพัฒนาของโลกตั้งแต่องค์การสหประชาชาติ ได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ (Human environment) ณ กรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ซึ่งเรียกร้องให้ทั่วโลกได้คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยจนเกินขีดความสามารถของทรัพยากรโลก ผลจากการประชุมทำให้เกิดความสนใจเรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ต่อมาในปี ค.ศ. 1980 ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรโลก และเริ่มมีการนำความคิดหลักเกี่ยวกับ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ขึ้นมาอภิปราย หลังจากนั้นในปี ค.ศ. 1987 สหประชาชาติได้จัดตั้งสมัชชาโลกที่ว่าด้วยเรื่อง สิ่งแวดล้อมการพัฒนา ( World Commission on Environment and Development) เพื่อทำการศึกษาในเรื่องการสร้างสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา ซึ่งได้เผยแพร่เอกสารชื่อ Our Common Future ซึ่งเป็นการทำนายถึงสถานการณ์ของมนุษยชาติเมื่อโลกหมดพลังงาน และเรียกร้องให้ชาวโลกเปลี่ยนแปลงวิถีทางการดำเนินที่ฟุ่มเฟือยมาเป็นวิถีทางในการพัฒนา ในลักษณะที่ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและให้สอดคล้องกับข้อจำกัดของธรรมชาติ

การพัฒนาที่ยั่งยืนได้มีความสำคัญมากขึ้น เมื่อสหประชาชาติได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดระดับโลกที่ว่าด้วยเรื่องสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา หรือการประชุม Earth Summit ที่กรุงริโอ

เดอ จาเนโร ในปี ค.ศ. 1992 ซึ่งมีผู้แทนทั้ง 178 ประเทศรวมทั้งประเทศไทย ได้ร่วมลงนามในแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ซึ่งเป็นแผนแม่บทที่ประเทศสมาชิกต้องตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและเห็นความสำคัญที่จะต้องร่วมกันปกป้องสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล พร้อมทั้งกระตุ้นให้รัฐบาลประเทศต่าง ๆ สร้างกลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความคุ้มครองทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมไปด้วย เพื่อประโยชน์ของคนรุ่นหลัง ทั้งนี้ควรเปิดโอกาสให้กลุ่ม ต่าง ๆ ในสังคมเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกันต่อไป

เช่นเดียวกับแนวความคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ยุวดี นีรัตน์ตระกูล 2541 ก: 103-106) ที่กล่าวไว้ว่า จุดหมายสูงสุดของพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคม คือ ความพยายามที่จะทำให้เกิดความมั่นคง ก้าวหน้า คุณภาพชีวิตและสังคมดีขึ้น มีความสงบสุขและมีความปลอดภัยมากขึ้น ปัญหาความทุกข์ยากต่าง ๆ ลดลง การบรรลุซึ่งจุดมุ่งหมายดังที่กล่าวถึง จึงจำเป็นต้องพยายามสร้างสรรค์ให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืน

การพัฒนาแบบยั่งยืนสนับสนุนค่านิยมที่มีการส่งเสริมให้มีมาตรฐานการบริโภคทรัพยากรที่ไม่ฟุ่มเฟือย อยู่ในขอบขีดความสามารถของระบบนิเวศที่จะรองรับได้ คำนึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก (People-centered development) เป็นการพัฒนาที่มีชุมชนเป็นพื้นฐาน (Community-based development) โดยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน

The World Conservation Strategy ได้นิยามความหมายของการพัฒนาแบบยั่งยืนไว้คือ (ยุวดี นีรัตน์ตระกูล 2541ข: 103-106)

1. การคงรักษากระบวนการทางนิเวศวิทยา โดยเป็นระบบที่สามารถพยุงสรรพชีวิตทั้งหมดไว้
  2. การพัฒนาต้องรักษาความหลากหลายของสรรพสิ่งมีชีวิตสายพันธุ์ต่าง ๆ ไว้
  3. จะต้องบังเกิดความมั่นคงในการใช้ประโยชน์สิ่งมีชีวิตและระบบนิเวศได้อย่างถาวร
- นอกจากนี้ยุวดี นีรัตน์ตระกูล (2541ค: 103-106) ยังได้เสนอแนวความคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยพิจารณาจากมุมมองด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปเป็นหลักการได้ 4 ประการดังนี้

1. การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวต้องดำเนินภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
  2. ต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน
  3. ต้องให้ประชาชนทุกคนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาค
  4. ต้องชี้้นำภายใต้ความต้องการของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว
- นั้น ๆ

วราพร ศรีสุพรรณ (สิริพรรณ สุพรรณพงศ์. 2549: 14 อ้างอิงจาก วราพร ศรีสุพรรณ 2534: 52-59) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่า แนวคิดนี้เป็นการสืบเนื่องมาจากแนวคิดในการอนุรักษ์หรือ Conservative โดยที่การอนุรักษ์หมายถึงรูปแบบการใช้ประโยชน์สิ่งที่มีอยู่ เป็นอยู่อย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยาวนาน และศาสตร์ในการอนุรักษ์จะแยกย่อยไปตามประเภทของทรัพยากร การพัฒนาอย่างยั่งยืนจะครอบคลุมแนวคิดการพัฒนาในทุก ๆ ด้านทั้งเศรษฐกิจ สังคม ระบบนิเวศ และประสานสัมพันธ์ในสาขาการพัฒนาต่าง ๆ อีกด้วย

จากนิยามและแนวความคิดที่ได้เสนอมานั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่า คือแนวทางการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่า ในขีดความสามารถที่ระบบจะรับได้ โดยต้องคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนเป็นหลักและให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา อันจะนำไปสู่ความมั่นคงและก้าวหน้าของประเทศ

#### 4.2 องค์ประกอบของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาซึ่งตอบสนองความต้องการของคนยุคปัจจุบัน โดยไม่ละเลยความคิดที่จะเปิดโอกาสให้คนรุ่นหลังได้เหลือทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของพวกเขาด้วยเช่นกัน (พยอม ธรรมบุตร. 2549: 4-5) ซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้คือ กำหนดขอบเขตการใช้ทรัพยากรและสร้างมาตรฐานที่เป็นธรรมในการใช้ทรัพยากร จัดระบบและแบ่งบทบาทในกิจกรรมด้านเศรษฐกิจเสียใหม่ตลอดจนการจัดระบบการแบ่งทรัพยากรควบคุมจำนวนประชากรโลก การอนุรักษ์ทรัพยากรพื้นฐาน สร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและใช้เทคโนโลยีเพื่อจะใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพให้มากที่สุด กำหนดความสามารถในการรองรับและผลผลิตที่ยั่งยืน การดูแลรักษาทรัพยากร สร้างความหลากหลายด้านสายพันธุ์ ลดผลกระทบทางลบ ให้ชุมชนเป็นผู้ดูแลรักษาทรัพยากร กำหนดกรอบนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมระดับชาติ/นานาชาติ สร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อม และมีการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม

### 5. การวางแผนยุทธศาสตร์

ในการวิจัยเรื่องแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ครั้งนี้ เพื่อให้ได้แผนพัฒนาตามความมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นในการใช้แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนยุทธศาสตร์ อันจะทำให้แผนพัฒนาที่ได้เป็นไปตามหลักการและกระบวนการสร้างแผนพัฒนาที่ถูกต้อง

#### 5.1 การวางแผน (Planning)

เสถียร เหลืองอร่าม (2517: 294) ได้ให้ความหมายของการวางแผนว่า “เป็นทางเลือกวิธีทางในอนาคตจากทางเลือกหลาย ๆ ทาง สำหรับการตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ทำที่ไหน



ทำเมื่อไหร่ และทำอะไร การวางแผนจึงเป็นการทำกิจกรรมไปสู่วัตถุประสงค์ที่เลือกไว้โดยวิธีการที่ถูกหลักที่สุด”

กมล ส่งวัฒนา (2534: 11) ได้ให้ความหมายของคำว่า “แผน” หมายถึง สิ่งที่ได้มีการกำหนดขึ้นมาเพื่อเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความมุ่งหวังการคาดการณ์ต่าง ๆ ในอนาคต ส่วนการวางแผนเป็นวิธีการหรือกระบวนการเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งแผนนั่นเอง ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ของการวางแผน เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ การเตรียมหัวข้อต่าง ๆ ของแผน การขออนุมัติข้อเสนอของแผน การกำหนดตัวบุคคล ผู้วางแผนและผู้รับผิดชอบ การหาข้อมูลตัวเลขที่จำเป็น การสรุปและการเตรียมแผนชั่วคราว การทดสอบและปรับปรุงแผน ตลอดจนการขออนุมัติแผนและลักษณะของการวางแผน

## 5.2 ยุทธศาสตร์ (Strategy)

ในการทำงานเรื่องใดก็ตามหากต้องการให้ประสบความสำเร็จ เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ก็จำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนในการทำงานให้เป็นระบบ มีขั้นตอน ดังนั้นการวางแผนจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะบรรลุไปถึงเป้าหมายและประสบความสำเร็จ

สมยศ นาวิกการ (2543: 3) กล่าวว่าไว้ว่า กลยุทธ์จะอธิบายถึงวิธีการที่องค์กรจะดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์การภายใต้อุปสรรคและโอกาส ภายในสภาพแวดล้อมภายนอกและทรัพยากร และความสามารถภายในองค์การ กลยุทธ์จะให้ความเข้าใจพื้นฐานว่าองค์กรจะแข่งขันอย่างไร ตัวกำหนดกลยุทธ์ขององค์การมีอยู่ 3 อย่าง คือ สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน และวัตถุประสงค์ขององค์การ

สมยศ นาวิกการ (บุญเลิศ เย็นคงคาและคณะ. 2547: 18; อ้างอิงจาก สมยศ นาวิกการ. 2539: 27) ให้ความหมายของคำว่า กลยุทธ์ คือ แผนงานระยะยาวขององค์กรที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อการบรรลุภารกิจ และเป้าหมายขององค์กร กลยุทธ์จะต้องใช้ข้อได้เปรียบจากการแข่งขันให้ได้มากที่สุด และข้อเสียเปรียบทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด

วีณา ชุ่มบัณฑิต (2549: 25) กล่าวว่า คำว่ากลยุทธ์ในภาษาไทยนั้นหากเป็นศัพท์ที่ใช้ในทางทหาร หมายถึง แนวทางในการต่อสู้แข่งขัน ในบางแห่งก็มีผู้ใช้ว่า ยุทธศาสตร์ อย่างไรก็ตามในทางธุรกิจมีความนิยมใช้คำว่า กลยุทธ์ มากกว่า ยุทธศาสตร์

### 5.2.1 ความหมายของการวางแผนยุทธศาสตร์

ธงชัย สันติวงษ์ (2539: 74-75) ได้ให้ความหมายของการวางแผนยุทธศาสตร์ในความหมายกว้าง ๆ ว่าเป็นการวางแผนที่มุ่งการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม โดยการวางแผนพัฒนาให้องค์กรปรับการทำงานเพื่อให้สามารถมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุดตลอดเวลาทุกขณะที่ก้าวไปในอนาคต การวางแผนยุทธศาสตร์มีกลไกหลายประการประกอบอยู่ คือ

1. เป็นการวางแผนปรับทิศทางขององค์กรไปสู่วัตถุประสงค์ใหม่ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป
2. เป็นการวางแผนการใช้ทรัพยากรขององค์กรเพื่อพัฒนาระบบการทำงานต่างๆ ทั้งระบบการผลิตและการขาย การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ ตลอดจนการบริหารงานต่าง ๆ ให้เปลี่ยนแปลงไปเป็นรูปแบบและระบบการทำงานใหม่ ๆ ที่มีผลให้สภาพและระบบการทำงานเดิมต้องถูกปรับหรือยกเลิกไป แล้วทดแทนด้วยเครื่องจักร ระบบ วิธีการทำงานใหม่ๆ ที่นำเข้ามาทดแทน
3. เป็นการวางแผนที่มีการวิเคราะห์พิจารณาในเชิงกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่มุ่งจะให้องค์กรประสบความสำเร็จมากที่สุด ดีที่สุด โดยประหยัดการใช้ทรัพยากรมากที่สุดด้วย

ดำรงค์ วัฒนา (2548: ออนไลน์) ได้ให้ความหมายของแผนยุทธศาสตร์ว่า

1. เอกสารที่ระบุ วิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) และกลยุทธ์ (Strategies) ต่าง ๆ ในการดำเนินงานขององค์กรหนึ่ง ๆ
2. เป็นแผนระยะยาว ที่บอกถึงทิศทางการดำเนินงานขององค์กร สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการประสาน และกำกับติดตามการดำเนินงานในส่วนงานต่าง ๆ ขององค์กรให้เป็นไปในทิศทาง และจังหวะเวลาที่สอดคล้องกัน
3. เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นจากการวิเคราะห์สภาพการณ์ภายนอก และภายในองค์กร เพื่อคาดคะเนแนวโน้มของสถานการณ์ และกำหนดแนวทางการดำเนินการขององค์กรให้สอดคล้องเหมาะสมกับแนวโน้มของสถานการณ์ดังกล่าว

อลัน วอเทอร์ สเทรส (วีราภรณ์ วัยวัฒน์. 2549: 30; อ้างอิงจาก Alan Walter Stress. ม.ป.ป. ไม่ปรากฏเลขหน้า) ให้คำจำกัดความของการวางแผนยุทธศาสตร์ว่า หมายถึง กระบวนการในการกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของส่วนรวม การปรับปรุงแก้ไขวัตถุประสงค์รวมทั้งกำหนดทรัพยากรที่ต้องใช้ เพื่อบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยแนวทางในการวางแผนยุทธศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับ

1. การประเมินทางเลือกต่าง ๆ ในการดำเนินการ
2. การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการจัดหาทรัพยากร การใช้ทรัพยากร และการจัดระเบียบเกี่ยวกับทรัพยากรต่าง ๆ

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยจึงขอสรุปความหมายของการวางแผนยุทธศาสตร์ว่า หมายถึง กระบวนการในการกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการทำงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบ และนำพาองค์กรไปสู่ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของงาน

## 5.2.2 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์

การวางแผนยุทธศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญเพราะถือเป็นการพัฒนาระยะยาว จึงจำเป็นต้องมีกรอบแนวคิดและกระบวนการในการจัดทำเพื่อให้แผนยุทธศาสตร์นั้นสามารถตอบสนองเป้าหมาย และได้ผลสัมฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพ ดังที่มีผู้เชี่ยวชาญได้เสนอกรอบแนวทางไว้ดังนี้

แพน ชินินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์ (2544: 15-17) ได้กล่าวถึงกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เป็นการพิจารณาตรวจสอบและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งภายนอกและภายในอย่างรอบคอบ เพื่อค้นหาโอกาส (Opportunities) อุปสรรค (Threats) จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาโอกาสและอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน อันได้แก่ คู่แข่ง ลูกค้า และชุมชน เป็นต้น ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนจากการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ขององค์กรเอง เช่น การดำเนินงานด้านการตลาด การผลิต การเงิน และการบัญชี เป็นต้น ในการวางแผนกลยุทธ์จะต้องพยายามหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ หลีกเลี่ยงอุปสรรคต่อการดำเนินงาน โดยใช้จุดเด่นของกิจการมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ลดจุดอ่อนหรือเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็งให้ได้ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดวิสัยทัศน์ เป็นการกำหนดเป้าหมายกว้าง ๆ ขององค์กรถึงสิ่งที่ต้องการในอนาคต โดยยังไม่ได้กำหนดวิธีการในการดำเนินการไว้ วิสัยทัศน์เป็นสิ่งที่ทำให้ทราบถึงทิศทางขององค์กรในอนาคต นอกจากนั้นจะเป็นแนวคิดที่ใช้เป็นแนวทางในการชี้แนะว่าองค์กรพยายามจะทำอะไรและจะเป็นอะไร

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดภารกิจ เพื่อระบุขอบเขตการดำเนินงานขององค์กร โดยมีการกำหนดไว้เป็นข้อความภารกิจ เพื่อกำหนดทิศทางขององค์กรในอนาคต โดยทั่วไปข้อความภารกิจจะมุ่งเน้นประเด็นที่แสดงออกอย่างชัดเจน และมีความเฉพาะเจาะจงในคุณลักษณะของแต่ละหน่วยขององค์กรว่ามีอะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเป้าหมาย เป็นการกำหนดผลลัพธ์ที่องค์กรคาดหวังไว้ หรือเป็นจุดมุ่งหมายที่องค์กรต้องการจะบรรลุ เป้าหมายจะเป็นสิ่งที่ทำให้ภารกิจขององค์กรเป็นจริงยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ คือ สิ่งที่องค์กรต้องการที่จะบรรลุ แต่จะมีรายละเอียดที่มากกว่าเป้าหมาย วัตถุประสงค์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรที่จะใช้เป็นแนวทางขั้นพื้นฐานสำหรับการวางแผน การจัดการองค์กร การจูงใจ และการควบคุม รวมทั้งเป็นตัวกำหนดแนวทางในการดำเนินงานให้บรรลุจุดมุ่งหมาย

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดนโยบาย เป็นการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน เพื่อให้กลยุทธ์ที่กำหนดไว้บรรลุผลตามที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ โดยทั่วไปกลยุทธ์จะมี 3 ระดับ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ระดับองค์กร มักถูกกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูง กลยุทธ์ระดับนี้ถูกกำหนดเพื่อบรรลุเป้าหมายโดยรวมขององค์กร มีการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางขององค์กรนั้น ๆ 2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business level strategy) เป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้กลยุทธ์ระดับองค์กรบรรลุผล สิ่งสำคัญของกลยุทธ์ระดับนี้ คือ เป็นการค้นหาวิธีการแข่งขันให้กับแต่ละธุรกิจที่องค์กรดำเนินการอยู่ 3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ทางธุรกิจ (Functional level strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ถูกกำหนดขึ้นตามหน้าที่ต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อที่จะทำให้การดำเนินงานบรรลุผลตามกลยุทธ์ระดับธุรกิจ

เปเนและนุเมส (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2547: 17; อ้างอิงจาก Paine; & Naumes. ม.ป.ป. ไม่ปรากฏเลขหน้า) ได้กล่าวถึงการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์องค์กรว่า ในองค์กรหนึ่ง ๆ นั้นจะมีลำดับชั้นของการปฏิบัติงาน 4 ประการ คือ ภารกิจ วัตถุประสงค์ นโยบาย และยุทธศาสตร์ โดยกฎดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์กันในลักษณะวิถีทางกับจุดมุ่งหมาย (Means-End) ซึ่งองค์ประกอบในลำดับล่างจะส่งผลต่อองค์ประกอบในลำดับที่สูงขึ้นไป ทั้งนี้

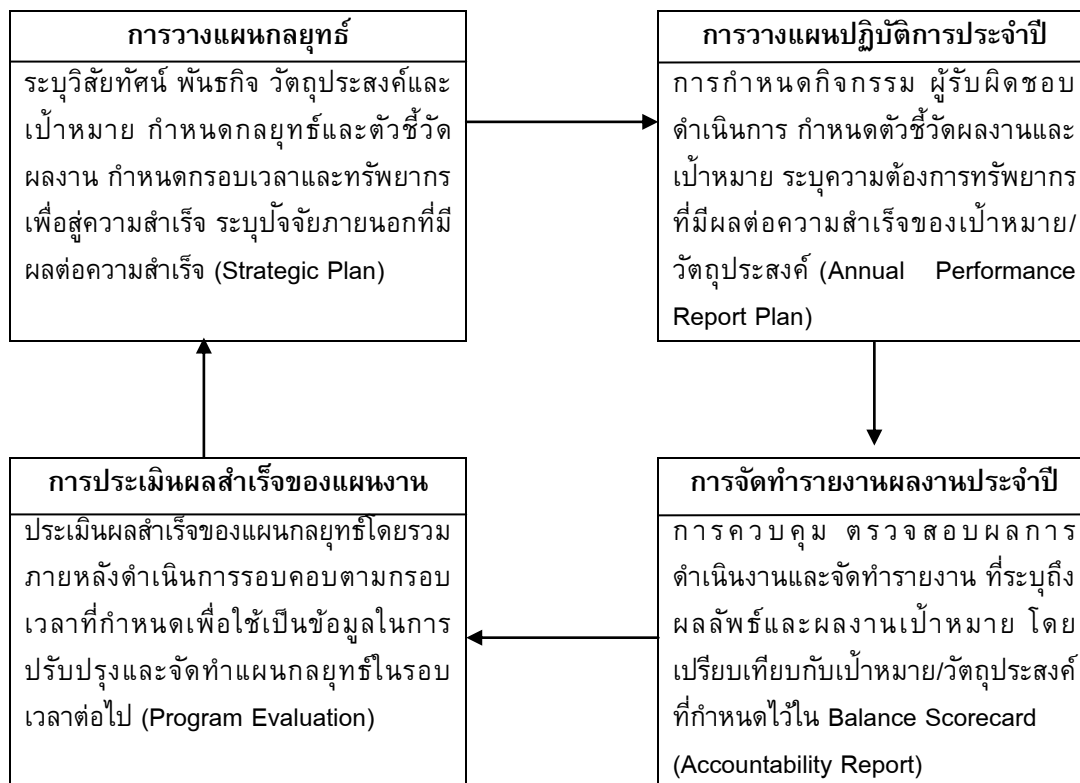
- ภารกิจ หรือพันธกิจ หมายถึง ขอบข่ายการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งอาจกำหนดรูปของการผลิตและการตลาด หรือรูปของการบริการลูกค้า

- วัตถุประสงค์ขององค์กร หมายถึง ผล จุดหมาย หรือเป้าหมายที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้น โดยมีพื้นฐานจากภารกิจขององค์กร

- นโยบาย หมายถึง แนวทางการปฏิบัติงานอย่างกว้าง ๆ สำหรับผู้บริหาร ผู้แทน หรือผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้โดยวัตถุประสงค์หนึ่งอาจมีได้มากกว่า 1 นโยบาย ขึ้นอยู่กับทรัพยากรทางการบริหารที่มีอยู่

- ยุทธศาสตร์ หมายถึง แนวปฏิบัติหลักที่กำหนดอย่างเจาะจงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยยุทธศาสตร์นี้อาจมีการวางแผนกำหนดไว้ล่วงหน้า หรืออาจตัดสินใจกำหนดขึ้นได้ตลอดระยะเวลา ซึ่งเมื่อรวมกันทั้งหมดแล้วจะเป็นชุดของยุทธศาสตร์โดยรวมทั้งหมด

ดำรงค์ วัฒนา (2548: ออนไลน์). ได้กล่าวถึงขั้นตอนวงจรการวางแผนยุทธศาสตร์ไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 2 วงจรการวางแผนยุทธศาสตร์

ที่มา: ดำรงค์ วัฒนา. (2548). คู่มือการจัดทำแผนยุทธศาสตร์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ. (ออนไลน์).

### 5.2.3 การจัดการประเมินผลด้านบริหารธุรกิจ Balance Scorecard

การประเมินองค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการและมีความจำเป็นเพราะถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาองค์กร Balance Scorecard จัดเป็นเครื่องมือการประเมินรูปแบบหนึ่งที่มีประสิทธิภาพโดยอาศัยการวัดหรือการประเมินเป็นหลัก

สิทธิศักดิ์ พฤษภักดิ์กุล (2546: 15) กล่าวว่า เป็นระบบจัดการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานแบบสมดุลรูปแบบหนึ่ง ประกอบด้วยมุมมองด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้ Balance Scorecard มีรูปแบบวิธีที่ช่วยให้การถ่ายทอดทิศทางขององค์กร กลยุทธ์ และเป้าหมาย ลงสู่การปฏิบัติให้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ดีในการสื่อสารกลยุทธ์และผลงานสู่พนักงานทุกระดับในองค์กร อันจะนำไปสู่การพัฒนาผลงานอย่างต่อเนื่องต่อไป

พสุ เดชะรินทร์ (เส้นทางกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balance Scorecard: 2546) กล่าวว่า Balance Scorecard ประกอบด้วย 4 มุมมองได้แก่

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial perspective) เป็นมุมมองที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะสำหรับองค์กรธุรกิจที่มุ่งแสวงหาผลกำไร มักจะประกอบด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ด้านได้แก่ ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue growth) และด้านการลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) หรือการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivities improvement) ซึ่งประกอบไปด้วยการใช้สินทรัพย์ให้เป็นประโยชน์มากขึ้น (Asset utilization)

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer perspective) ภายใต้มุมมองด้านลูกค้าจะประกอบด้วยวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญอยู่ 5 ประการ ได้แก่

2.1 ส่วนแบ่งการตลาด (Market share) โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น ส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ

2.2 การรักษาลูกค้าเก่า (Customer retention) เป็นการวัดความสามารถในการรักษาฐานลูกค้าเดิมขององค์กร

2.3 การเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer acquisition) เป็นการวัดความสามารถขององค์กรในการแสวงหาลูกค้าใหม่ โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น จำนวนลูกค้าใหม่ต่อจำนวนลูกค้าทั้งหมด หรือ จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น หรือ รายได้จากลูกค้าใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการขององค์กร หรือตัวองค์กรเอง

2.5 กำไรต่อลูกค้า (Customer profitability) โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น รายได้และต้นทุนต่อลูกค้าหนึ่งราย

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal/business-process perspective) จะช่วยทำให้องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน มุมมองนี้จะให้ความสำคัญกับกระบวนการภายในองค์กรที่มีความสำคัญที่จะช่วยนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and growth perspective) เป็นมุมมองที่มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร ถ้าขาดมุมมองนี้ไปจะทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน องค์กรจะต้องมีการเรียนรู้ การพัฒนา และเตรียมตัวอย่างไรบ้าง โดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองนี้แบ่งเป็น 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่ ด้านเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร ด้านเกี่ยวกับระบบข้อมูลสารสนเทศ และด้านเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร ระบบการจูงใจ และโครงสร้างองค์กร

วีรรุช มาฆะศิริานนท์ และณัฐพันธ์ เขจรันันท์ (2547: 80) ได้กล่าวถึง Balance Scorecard ว่าคือการเลือกใช้อัตราส่วนหลาย ๆ อย่างในจำนวนที่เหมาะสม ซึ่งสามารถจะติดตามผลการดำเนินงาน และสร้างความเข้าใจในกลยุทธ์และเป้าหมายของธุรกิจไปยังทุก ๆ ส่วนขององค์กร

นอกจากนี้ Balance Scorecard ยังเป็นเครื่องมือที่สร้างสมดุลของปัจจัยต่าง ๆ ที่ธุรกิจควรให้ความสำคัญ ซึ่งมักเป็นทางเลือกเชิงกลยุทธ์ขององค์กร และจะมีความหมายเชิงเศรษฐศาสตร์ที่ลึกซึ้งกว่าความสำเร็จทางการเงินเพียงอย่างเดียว โดยจะครอบคลุมถึงความสามารถในการจัดการทรัพยากรหลาย ๆ ด้านขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย Balance Scorecard ประกอบด้วยมุมมองด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)
2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)
3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal/Business-Process Perspective)
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective)

### 5.3 แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map)

แผนที่ยุทธศาสตร์ว่าเป็นเครื่องมือที่เชื่อมโยงสิ่งที่ขาดหายไประหว่างการปฏิบัติงานตามโครงการกับยุทธศาสตร์ชั้น “แผนที่ยุทธศาสตร์” (Strategy Map) เป็นแผนที่หรือแผนภูมิสรุปวัตถุประสงค์ จุดหมายปลายทาง หรือสิ่งที่อยากให้เกิดขึ้นของยุทธศาสตร์ในแต่ละชั้น อีกทั้งยังแสดงความเชื่อมโยงระหว่างกันและกันของยุทธศาสตร์ในแต่ละชั้นและการปฏิบัติงานที่จะก่อให้เกิดผลผลิตหรือผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในยุทธศาสตร์ในเชิงที่เป็นเหตุเป็นผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายสามารถเห็นภาพรวมของยุทธศาสตร์และมีความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงานตามกระบวนการอันจะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดร่วมกัน เสมือนหนึ่งทุกคนมีแผนที่ที่แสดงรายละเอียดและเส้นทางที่จะใช้ในการเดินทางเพื่อไปให้ถึงจุดหมายปลายทางเดียวกัน (ศูนย์ฝึกรวมแลพัฒนาสุขภาพภาคประชาชนภาคเหนือ. 2549: ออนไลน์)

แผนที่ยุทธศาสตร์ (Robert S. Kaplan; & David Norton. 2548:20-27) เป็นผลงานของโรเบิร์ต แคปแลน และ เดวิด นอร์ตัน ที่ได้สร้างเครื่องมือที่ชื่อ Balance Scorecard ซึ่งเป็นเครื่องมือแบบใหม่ในการวัดการทำงาน ซึ่งวัตถุประสงค์คือการสร้างความพึงพอใจด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต ซึ่งกลายเป็นเครื่องมือในการวัดผลที่ยอมรับกันทั่วโลก

แผนที่ยุทธศาสตร์นั้นคือ การแสดงหรือสาธิตกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร ซึ่งเชื่อมโยงกับมุมมองทั้งสี่ประการจาก Balance Scorecard เพื่อทำให้เห็นว่าทรัพย์สินต่าง ๆ ในองค์กร ไม่ว่าจะวัดได้หรือไม่ มองเห็นหรือไม่ สัมผัสได้หรือไม่ ได้ อย่างเช่น ความรู้และทักษะของพนักงาน ตลอดจนคุณภาพลักษณะ คุณภาพในการจัดการขององค์กร ชื่อเสียงที่สะสมมานาน ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะสามารถถูกสร้างให้สอดคล้องอยู่บนระนาบเดียวกันได้ ถ้ามีทิศทางหรือ “แผนที่” ที่ชัดเจน และแผนที่ยุทธศาสตร์ คือสิ่งที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในเชิงรูปธรรมได้

องค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่แสวงหากำไร และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร นับจากองค์กรเอกชน องค์กรของรัฐ ก็ได้ใช้แผนที่ยุทธศาสตร์ เป็นทิศทางในการจัดการองค์กรของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

แผนที่ยุทธศาสตร์นั้นให้ความสำคัญกับ Culture หรือวัฒนธรรมของแต่ละองค์กรอย่างมาก เพราะวัฒนธรรมองค์กรเป็นกระบวนการในการจัดการ กล่าวคือ Balance Scorecard จากแผนที่ยุทธศาสตร์นั้นจะต้องเข้าใจถึงวัฒนธรรมขององค์กรนั้น ๆ ว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร ดังนั้นวัฒนธรรมองค์กรของแต่ละองค์กร จึงเป็นสิ่งสำคัญมากในการที่องค์กรจะต้องนำมาพิจารณา ก่อนที่จะวางตำแหน่งตัวเองว่าควรจะใช้ยุทธศาสตร์แบบใด

โดยสาระสำคัญที่สุดแล้ว แผนที่ยุทธศาสตร์ เสนอว่าองค์กรทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรแสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไร ต่างตั้งอยู่บนฐานทรัพยากรที่มีค่ามหาศาลอยู่ในตัว แต่ด้วยเหตุที่ว่าองค์กรส่วนมากมักจะไปให้ความสนใจต่อสินทรัพย์ที่สัมผัสจับต้องได้เพราะมันง่ายและชัดเจน จึงทำให้สินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้ขาดกระบวนการในการจัดการเพื่อนำออกมาหรือถูกแปลงออกมาเป็นความมั่งคั่งที่จับต้องได้

การที่องค์กรมีการสะสมสินทรัพย์มากมาย (asset concentration) ย่อมไม่อาจผู้การที่องค์กรสามารถใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่นั้น นำออกมาส่องานให้กัน และมีการใช้งานระหว่างกัน (asset communications) เพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับองค์กรอย่างยั่งยืนได้

Balance Scorecard ที่แรกเริ่มใช้เป็นตัววัดในการปรับปรุงสินทรัพย์ขององค์กรที่สัมผัสไม่ได้นั้น ได้กลายเป็นเครื่องมือในการสร้างยุทธศาสตร์องค์กรที่มีประสิทธิภาพ มุมมองทั้งสี่จาก Balance Scorecard ที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น คือ ต้นแบบในการสร้างยุทธศาสตร์แห่งข้อเสนอทางคุณค่า (Value proposition) และเป็นสิ่งที่ใช้สื่อสารกันระหว่างทีมผู้บริหารเพื่อนำข้อเสนอดังกล่าวไปเป็นทิศทางและใช้ในการสร้างลำดับความสำคัญขององค์กร การวัดยุทธศาสตร์จากองค์ประกอบทั้งสิ้นนั้น ไม่ใช่การนำเอาองค์ประกอบแต่ละตัวมาแยกออกจากกัน แต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสี่องค์ประกอบจากมุมมองทั้งหมดของ Balance Scorecard เขาได้ใช้ตรรกะลูกโซ่ดังกล่าวผนวกกันเป็นตัวเชื่อมระหว่างกัน จนออกมาเป็นภาพลักษณ์ที่เราให้คำนิยามว่า **strategy map** หรือแผนที่ยุทธศาสตร์ แผนที่ยุทธศาสตร์นั้น คือภาพที่ออกมาเป็นรูปธรรม ที่ได้มาจากความสัมพันธ์กันระหว่างเหตุและผลขององค์ประกอบต่าง ๆ เชื่อมเข้าด้วยกันในองค์กร องค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ที่เชื่อมตัวเข้าด้วยกัน ก็คือยุทธศาสตร์ขององค์กรนั่นเอง

แผนที่ยุทธศาสตร์ที่จริงแล้วมาจากองค์ประกอบสี่ตัวที่ได้มาจากเครื่องมือ Balance Scorecard นั้นเอง แต่แผนที่ยุทธศาสตร์นั้นได้ผนวกระดับความสำคัญขึ้นอีกระดับหนึ่ง เพื่อเข้าไปเสริมในรายละเอียดโดยใช้เงื่อนไขเวลาเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้วย และยังสามารถเพิ่มระดับการปรับปรุง ทำให้ละเอียดและชัดเจนยิ่งขึ้นต่อแผนที่ยุทธศาสตร์นั้น ๆ

แม่แบบของแผนที่ยุทธศาสตร์คือโครงสร้างและองค์ประกอบต่าง ๆ ของยุทธศาสตร์และความสัมพันธ์ระหว่างกัน ถ้าองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เชื่อมกัน หรือองค์ประกอบใดขององค์ประกอบหนึ่งไม่มี ก็แสดงว่า แม่แบบของแผนที่ยุทธศาสตร์นั้นมีความบกพร่องหรือเกิดความผิดพลาด ในองค์กรที่ไม่มีมีการเชื่อมตัวในด้านการวัดผลระหว่างกระบวนการภายในและการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่มีเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรม และไม่มีทิศทางชัดเจนในการพัฒนาหรือสร้างแรงจูงใจให้กับ



พนักงานหรือการตอบรับต่อบทบาทใหม่ ๆ ของศาสตร์ทางสารสนเทศ จะทำให้ผลลัพธ์ที่ออกมานั้นไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

แผนที่ยุทธศาสตร์ยึดถือหลักการอยู่ด้วยกันหลายประการ คือ

- **ยุทธศาสตร์** คือ การทำให้สิ่งขัดแย้งอยู่ในสภาพที่สมดุลให้ได้ การลงทุนในสิ่งที่สัมพัทธ์ไม่ได้ต่อการเติบโตในระยะยาว มักจะขัดแย้งการลงทุนเพื่อผลกำไรระยะสั้น เป้าหมายใหญ่สูงสุดขององค์กรเอกชนและองค์กรแสวงหากำไรคือ การสร้างรายได้และมูลค่าที่ยั่งยืนให้กับผู้ถือหุ้น ซึ่งมักหมายถึงการสร้างพันธนาการระยะยาว ในขณะที่เดียวกันองค์กรจะต้องแสดงให้เห็นว่า แม้แต่แผนระยะสั้นก็สามารถที่จะถูกปรับปรุงให้สอดคล้องกับแผนระยะยาวขององค์กรให้ได้ เพราะโดยทั่วไปแล้วแผนระยะสั้นจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้ก็ต่อเมื่อแผนระยะยาวถูกมองข้ามไป ดังนั้นยุทธศาสตร์ที่เรายึดถือคือ การสร้างสมดุลของความขัดแย้งให้ได้ คือการสร้างทิศทางที่ชัดเจนระหว่างแผนระยะสั้นเพื่อลดต้นทุนและการปรับปรุงการผลิต และต่อเป้าหมายต่อแผนระยะยาวเพื่อสร้างการเติบโตของรายได้

- **แผนที่ยุทธศาสตร์ว่าด้วยการหาคุณค่าให้กับลูกค้าที่หลากหลายและแตกต่าง** การสร้างความพอใจให้กับลูกค้าคือ การสร้างคุณค่าที่ยิ่งใหญ่ที่สุดสำหรับองค์กร ยุทธศาสตร์จึงจำเป็นต้องบ่งบอกให้ชัดเจนของคำว่าเป้าหมาย ลูกค้าคือใคร และจากนั้นการหาคุณค่าแก่ลูกค้าจึงเกิดขึ้น ความชัดเจนในการสร้าง value proposition หรือการสร้างข้อเสนอแห่งคุณค่านั้น คือ มิติที่สำคัญที่สุดในการสร้างยุทธศาสตร์

องค์ประกอบใหญ่ ๆ 4 องค์ประกอบในการสร้างข้อเสนอแห่งคุณค่ารวมถึงยุทธศาสตร์ว่าด้วยการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าที่ได้นำเสนอไว้คือ 1) ค่าใช้จ่ายโดยรวมที่มีต้นทุนต่ำ 2) การเป็นผู้นำทางด้านสินค้า 3) การหาผลลัพธ์ให้กับลูกค้าอย่างครบสมบูรณ์ 4) การสร้างระบบที่เป็นโครงสร้างอย่างต่อเนื่อง องค์ประกอบใหญ่ 4 องค์ประกอบนี้คือ การสร้างความชัดเจนให้เกิดขึ้นต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

คุณค่านั้นถูกสร้างโดยผ่านทางกระบวนการของการทำธุรกิจ มุมมองทางด้านการเงินและต่อลูกค้าในแผนที่ยุทธศาสตร์และ Balance Scorecard เสนอถึงผลลัพธ์ที่องค์กรหวังที่จะเป็นเช่นไร คือการเพิ่มมูลค่าให้ผู้ถือหุ้นโดยผ่านทางสร้างรายได้ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และการปรับปรุงผลผลิต การเพิ่มจำนวนหุ้นของบริษัทจากลูกค้ามีต่อองค์กร ต่อการสร้าง ความพึงพอใจ การคงรักษาลูกค้าและความภักดี และการสร้างความเติบโต

มุมมองของกระบวนการในการเรียนรู้และการเติบโตแบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ

- **การบริหารจัดการ (operation management)** การผลิตและการส่งมอบบริการแก่ลูกค้า

- **การบริหารลูกค้า (Customer management)** การสร้างและการใช้ประโยชน์ของความสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้า

- **นวัตกรรม (Innovation)** การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ การพัฒนาด้านกระบวนการและความสัมพันธ์

- **การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และความรับผิดชอบต่อสังคม (Regulatory and social)** การปฏิบัติตามข้อกำหนดเพื่อตอบสนองสังคมเพื่อสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง

แต่ละกลุ่มนี้ยังสามารถสร้างกระบวนการย่อยได้อีกหลายร้อยกระบวนการที่สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มเติมได้อีก ผู้บริหารที่ใช้ยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะต้องเข้าใจถึงความสำคัญของกระบวนการย่อย ๆ สองถึงสามกระบวนการ ในการที่จะสร้างและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าที่หลากหลาย อาจเรียกกระบวนการย่อย ๆ นี้ว่าเป็นหัวหรือแกนสารทางยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์นั้นจะต้องเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยตัวของมันเองและเป็นองค์ประกอบซึ่งทำให้เกิดความสมบูรณ์ แต่ละกลุ่มของกระบวนการภายในนั้นจะสร้างประโยชน์ในแบบที่แตกต่างกัน จากเงื่อนไขของเวลาที่แตกต่างกัน การปรับปรุงกระบวนการของภาคปฏิบัติส่วนใหญ่จะมีผลต่อผลลัพธ์ในระยะสั้นเช่นการลดต้นทุนและลดคุณภาพลงไป ส่วนประโยชน์ทางด้านลูกค้าสัมพันธ์จะเป็นรูปธรรมภายในหกถึงสิบสองเดือนหลังจากที่ได้มีการปรับปรุงกระบวนการการบริหารแล้ว ส่วนกระบวนการทางด้านนวัตกรรมนั้นโดยทั่วไปอาจจะต้องใช้เวลานานในการที่จะสร้างรายได้จากความพอใจของลูกค้าและจากต้นทุนที่ลดลง ส่วนประโยชน์ที่ได้จากการยอมรับต่อกฎเกณฑ์และกระบวนการทางสังคม จะทำให้องค์กรนั้นไม่ต้องไปเป็นจำเลยหรือถูกกล่าวหาฟ้องร้องในสิ่งที่เรียกว่าละเลยต่อหน้าที่หรือเพิกเฉยต่อกฎเกณฑ์ที่ได้วางไว้ และยังสามารถสร้างการยอมรับในสังคมได้อีกด้วย ยุทธศาสตร์ควรจะมีสมดุลให้กันและกัน โดยนำกลุ่มสี่กลุ่มรวมเข้าเป็นหัวข้อหรือสาระทางยุทธศาสตร์เข้าด้วยกัน และองค์กรที่ดีได้ค้ำนี้แล้วว่ายุทธศาสตร์ดังกล่าวจะทำให้เกิดผลประโยชน์ต่อองค์กรในที่สุด ซึ่งนำมาถึงการเติบโตที่ยั่งยืน รวมทั้งคุณค่าและมูลค่าที่ผู้ถือหุ้นจะได้รับ

การสร้างยุทธศาสตร์ในเส้นหรือระดับเดียวกันจะเป็นตัวกำหนดต่อคุณค่าของสินค้าที่สัมผัสไม่ได้ มิติตัวที่สี่ของแผนที่ยุทธศาสตร์ของ Balance Scorecard นั้น คือ การเรียนรู้และการเติบโตพัฒนา นั่นคือ สินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้ขององค์กรและบทบาทที่มีต่อยุทธศาสตร์นั้น สินค้าที่สัมผัสไม่ได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ชนิดด้วยกัน

**ทุนมนุษย์** หรือทุนทางทรัพยากรมนุษย์คือ ทักษะของพนักงาน ความสามารถพิเศษและความรู้

**ทุนทางด้านข้อมูล** เช่นฐานข้อมูล ระบบสารสนเทศ ระบบเครือข่าย และสาธารณูปโภคทางด้านเทคโนโลยี

**ทุนทางองค์กร** คือทุนที่มาจากวัฒนธรรมในองค์กรเอง การเป็นผู้นำ พนักงานที่มีระดับความสามารถที่ใกล้เคียงกันหรืออยู่ในระดับเดียวกันที่สามารถถ่ายทอดความรู้เข้ากันได้ ทีมการบริหาร และการบริหารความรู้

ทุกทั้งหมดที่ได้กล่าวมา ไม่สามารถนำไปวัดแบบแยกจากกันได้ แต่คุณค่าของสินทรัพย์ที่มองไม่เห็นนั้น มาจากความสามารถที่องค์ประกอบเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรบรรลุถึงยุทธศาสตร์ได้ วิธีในการทำสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้ ให้อยู่ในแผนยุทธศาสตร์ที่อยู่ในระดับเดียวกันได้ดังนี้คือ

1. การนำเอาทุนทางปัญญาที่อยู่ในเส้นเดียวกันกับหัวข้อทางยุทธศาสตร์
2. การนำเอาแผนทางไอทีมาอยู่ในเส้นเดียวกับทุนทางด้านข้อมูล
3. องค์กรจะเปลี่ยนทิศทางหรือนโยบายเพื่อต้องการสร้างความสอดคล้องหรือสร้างให้อยู่ในแนวเดียวกับทุนของทางองค์กรคือการเรียนรู้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่องต่อหัวข้อทางยุทธศาสตร์

ด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ในการเรียนรู้และการเติบโตเช่นจากมุมมองด้านทรัพยากรมนุษย์ ทางด้านข้อมูลข่าวสาร ทางด้านทุนขององค์กรเอง ที่จะต้องถูกทำให้อยู่ในเส้นเดียวกันบนแผนที่ยุทธศาสตร์ ซึ่งจะนำมาถึงความพร้อมขององค์กร เพราะว่าองค์กรนั้น ๆ มีความสามารถในการที่จะเคลื่อนตัว และคงตัวต่อกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงต่อแผนยุทธศาสตร์ องค์กรที่มีความพร้อมสูงจะเกิดขึ้นเมื่อ

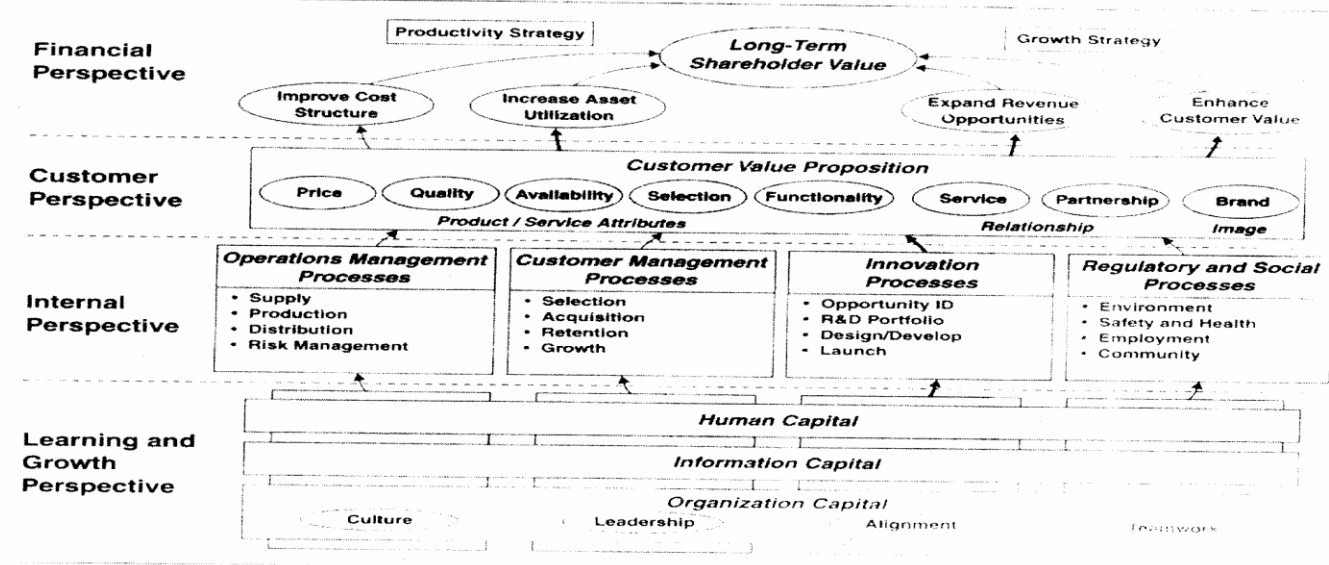
ทุนทางทรัพยากรมีความสามารถในการนำทักษะต่าง ๆ ที่แต่ละหน่วยงานเชี่ยวชาญให้อยู่ในแนวเดียวกับหัวข้อยุทธศาสตร์

ทุนทางข้อมูลให้โครงสร้างที่สำคัญต่อแผนยุทธศาสตร์ของทางไอทีที่นำไปประยุกต์ให้สอดคล้องกับทุนทางทรัพยากรมนุษย์ในการส่งเสริมการปฏิบัติที่เป็นเลิศต่อหัวข้อทางยุทธศาสตร์

วัฒนธรรมในองค์กร ภาวะผู้นำ และทีมงานนั้น จะเสริมความแข็งแกร่งต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กรที่จำเป็นต้องเปลี่ยนตามแผนยุทธศาสตร์

โดยสรุปแล้วแม่แบบของแผนที่ยุทธศาสตร์ (strategy map template) คือ การสร้างความจำเพาะเจาะจงต่อยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยการนำเอาสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้ นำมาใช้จนสัมฤทธิ์ผลต่อกระบวนการภายในองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ผู้ถือหุ้นและต่อชุมชน

Figure 1-3 A Strategy Map Represents How the Organization Creates Value



ภาพประกอบ 3 โครงสร้างและองค์ประกอบต่าง ๆ ของยุทธศาสตร์และความสัมพันธ์ระหว่างกัน  
 ที่มา: แคปแลนด์ และนอร์ตัน. (2548). แผนที่ยุทธศาสตร์. หน้า 23.

กรณีศึกษาแผนที่ยุทธศาสตร์ของคลินิกดูแลสุขภาพ เซนต์ มาร์ี ดูลูท (Robert S. Kaplan; & David Norton. 2548: 80-85)

**ภูมิหลัง** คลินิก เซนต์ มาร์ี ดูลูท เป็นองค์กรที่ให้บริการด้านสุขภาพที่มีสาขาอยู่ที่รัฐมิชิแกน และรัฐวิสคอนซิน เซนต์ มาร์ี มีเตียงสำหรับคนไข้ 350 เตียง มีคลินิกทั้งหมด 20 คลินิก มีโรงพยาบาล 2 แห่ง เซนต์ มาร์ี มีแพทย์ผู้ให้บริการทั้งสิ้น 380 คนและมีพันธมิตรด้านการให้บริการด้านสุขภาพกว่า 200 สาขา มีพนักงาน 6,000 คนที่ให้บริการด้านสุขภาพเบื้องต้น การให้บริการพิเศษ และทางด้านเทคนิคการแพทย์ ต่อครอบครัวและต่อชุมชน ที่ทำให้เซนต์ มาร์ี มีรายได้ต่อปีทั้งสิ้น 650 ล้านดอลลาร์

**แผนที่ยุทธศาสตร์** เซนต์ มาร์ี ได้ตระหนักดีว่าวิธีการเก่า ๆ ในการบริหารงานด้านการให้บริการทางสุขภาพนั้นไม่ประสบผลสำเร็จ จึงได้มีการนำวิธีการใหม่สองวิธีคือ การสร้างรายได้ให้กับบริษัทและการให้บริการที่ดีขึ้นแก่คนไข้ โดยการใช้ Balanced Scorecard

แผนที่ยุทธศาสตร์ของบริษัทเซนต์ มาร์ี ที่เสนอการให้บริการด้านสุขภาพนั้น เริ่มด้วยการสร้างความชัดเจนขององค์กรว่าด้วยภารกิจและวิสัยทัศน์ที่เสนอถึงทิศทางของผลตอบแทนอันสูงสุดที่เป็นรูปธรรม เช่นด้านการเงิน ด้านการเติบโตและประสิทธิภาพ

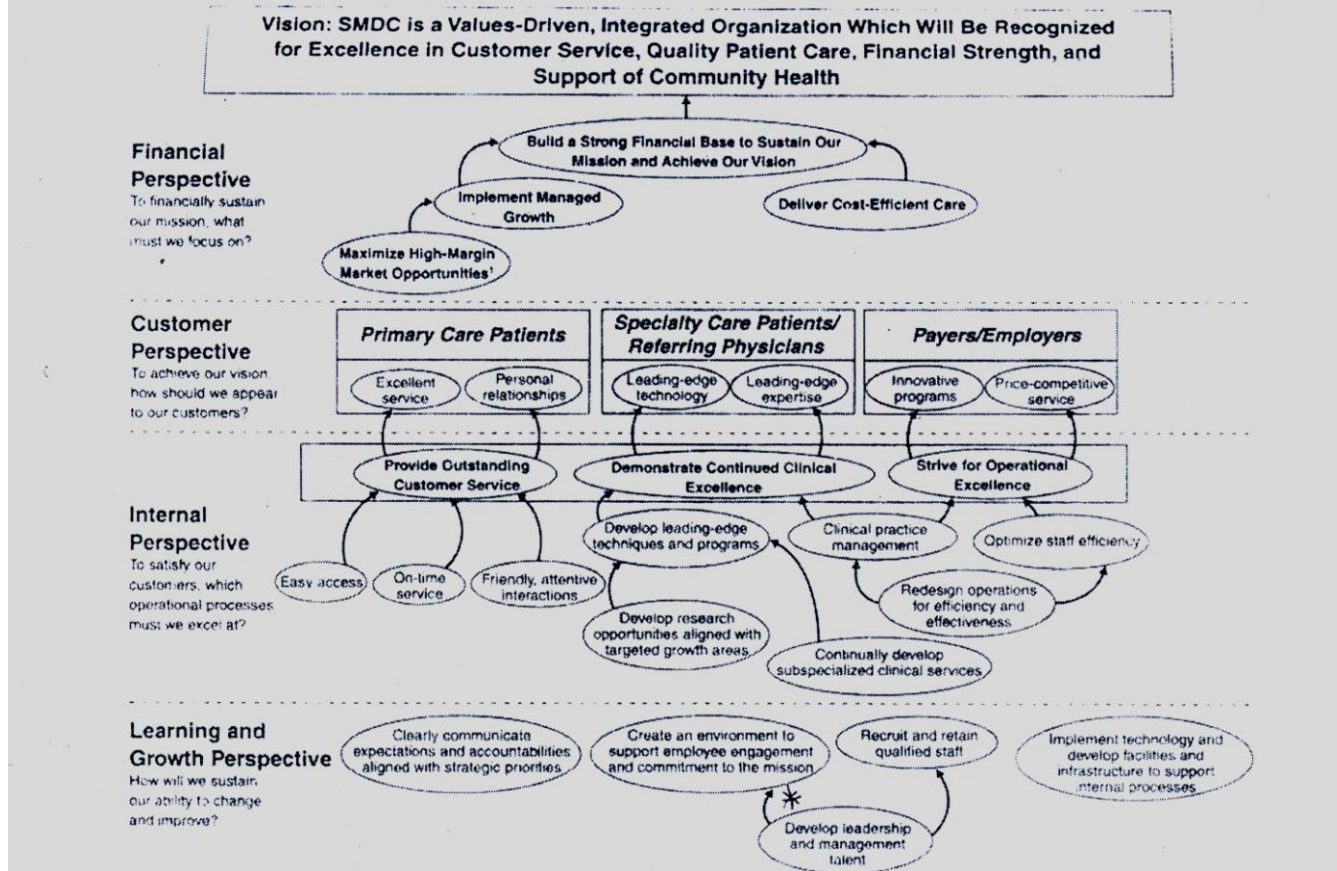
แผนที่ยุทธศาสตร์ของบริษัทเซนต์ มาร์ี พุ่งถึงความชัดเจนของคุณค่าที่ลูกค้าพึงได้รับ เช่น การดูแลคนไข้เบื้องต้น (Primary Care Patients) สิ่งนี้จำเป็นต้องใช้ยุทธศาสตร์การสร้างความผูกพันกับลูกค้า ทางด้านเทคโนโลยีรวมถึงการเลือกสรรแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคือ การสร้างยุทธศาสตร์การเป็นผู้นำทางด้านสินค้า (Product Leadership Strategy)

ยุทธศาสตร์การใช้ต้นทุนต่ำ ลูกค้าที่มารับบริการที่เซนต์ มาร์ี บางกลุ่มต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย ไม่ต้องการจ่ายค่ารักษาในราคาที่แพงเกินไป ซึ่งส่วนมากเป็นลูกค้าที่เป็นองค์กรที่มาซื้อบริการจากโรงพยาบาลเป็นลือทใหญ่ ๆ เพื่อนำบริการดังกล่าวไปให้กับพนักงานในองค์กร ได้มีโอกาสในการดูแลรักษาสุขภาพในราคาที่ประหยัด

กระบวนการภายในของเซนต์ มาร์ี นั้นเน้นไปที่การจัดการดูแลคนไข้เบื้องต้น โดยอาศัยความใกล้ชิดผูกพันกับลูกค้าซึ่งอาศัยอยู่ในเมืองเล็ก ๆ จึงทำให้สามารถสร้างความผูกพันกับชุมชนได้ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถให้บริการด้านเทคโนโลยีสูงต่อคนไข้ได้เช่นกัน นอกจากนี้เซนต์ มาร์ี ยังเน้นไปที่การบริหารงานด้านเอกสารให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่น การนัดประชุม การวางบิลเรียกเก็บเงินค่าบริการ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวเป็นการลดต้นทุนได้อย่างดี

ท้ายสุดเซนต์ มาร์ี วางเป้าหมายในการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร โดยจะทำให้พนักงานสามารถปรับปรุงและพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง มิติด้านการเรียนรู้และเติบโตนี้จะทำให้เกิดสัญญาณระหว่างองค์กรและพนักงาน คือ องค์กรจะสนับสนุนพนักงานทุกอย่างเท่าที่จะทำได้ และพนักงานจะทำทุกอย่างเพื่อนำมาซึ่งพันธสัญญาและความตั้งใจของพนักงานในการทำงานอย่างเต็มที่

Figure 2-11 St Mary's Duluth Clinic Health System's Strategy Map



ภาพประกอบ 4 แผนที่ยุทธศาสตร์คลินิก เซนต์ มารี ดูลูท  
ที่มา: แคปแลนด์ และนอร์ตัน. (2548). แผนที่ยุทธศาสตร์. หน้า 83.

## 5.4 การวิเคราะห์ SWOT

“รู้เขา รู้เรา รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง” เป็นคำกล่าวที่ยังคงร่วมสมัยตลอดมา ไม่ว่าจะเป็นในการรบ หรือการทำธุรกิจ การรู้ศักยภาพของตัวเองและผู้อื่นจะทำให้เราสามารถวางแผนได้ว่าเราควรจะทำเนื้องานไปในทิศทางใดจึงจะทำให้เราชนะ หรือประสบความสำเร็จได้ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) เป็นเครื่องมือในการประเมินสภาพขององค์กรและปัจจัยภายนอก และถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนยุทธศาสตร์

การวิเคราะห์ SWOT ว่า SWOT คือการประเมินค่าสภาพการณ์ของบริษัทหรือสิ่งที่เราต้องการจะประเมิน เป็นการค้นหาจุดได้เปรียบ เสริมสร้างความแข็งแกร่ง การวิเคราะห์ในโอกาสและการวิเคราะห์อุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเป็นสิ่งกีดขวางกลยุทธ์ หลักในการวิเคราะห์มี 4 ประเด็นคือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2545: 30-33)

**1. จุดแข็ง (Strengths)** จะเป็นจุดที่องค์กรมีความชำนาญเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น เราจะแข็งแกร่งเมื่อมีความชำนาญมากกว่า จุดแข็งนี้จะมีความแข็งแกร่งที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายใน เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสมการตลาด (4Ps) จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต และจุดแข็งในการบริหารงาน

**2. จุดอ่อน (Weaknesses)** จะเป็นจุดที่องค์กรอาจขาดไป มีน้อยหรือด้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น ๆ จุดอ่อนหรือจุดด้อยมักจะเป็นปัญหาที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายในด้านต่าง ๆ ของบริษัทซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีแก้ปัญหา

**3. โอกาส (Opportunities)** เป็นข้อได้เปรียบซึ่งวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่บริษัทอาจแสวงหาโอกาสจากสิ่งแวดล้อมด้านใดด้านหนึ่งมากำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมนั้น สิ่งแวดล้อมภายนอกบริษัทประกอบด้วยภาวะการแข่งขัน ตลาดและลูกค้า ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม

**4. อุปสรรค (Threats)** เป็นอุปสรรคที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ตามตลาดให้สอดคล้องและแก้ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์; และคนอื่น ๆ (2546: 90) กล่าวถึงการวิเคราะห์ SWOT ว่า หมายถึง การวิเคราะห์ Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผลการประเมินสถานภาพของสภาพแวดล้อมภายในระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อน และผลการประเมินสถานภาพของสภาพแวดล้อมภายนอกระหว่างโอกาสและอุปสรรค โดยกำหนดสถานภาพของสภาพแวดล้อมภายในระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อนว่ามีสถานภาพโน้มเอียงไปในทางเด่นหรือด้อย และกำหนดสถานภาพของสภาพแวดล้อมภายนอกระหว่างโอกาสและอุปสรรคว่ามีสถานภาพโน้มเอียงไปในทางเอื้อหรือไม่เอื้อ

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้วิจัยสรุปการวิเคราะห์ SWOT ว่าเป็นการประเมินสถานการณ์ทั้งภายนอกและภายในองค์กร โดยจะมีการประเมิน 4 ด้าน คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส

และอุปสรรค จะทำให้เห็นภาพทางเลือกของกลยุทธ์ได้ชัดเจน และสมเหตุผลความเป็นจริงกับความสามารถขององค์กรที่เป็นอยู่

## 5.5 การวางแผนแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

### 5.5.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ประเทศไทยจัดได้ว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวที่สูง เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของชุมชน จึงเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับความนิยมและขยายตัวนี้อาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นทางเลือกใหม่เพื่อตอบสนองวิธีท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่ด้วยความที่เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่จึงอาจยังไม่พร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ดังที่กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546ข: 23-28) ได้นำเสนอไว้ดังนี้

#### ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

จากการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว Ecotourism ในประเทศไทย สามารถจัดระดับศักยภาพได้เป็น 5 ระดับ ซึ่งระดับ A และ B จัดได้ว่ามีศักยภาพสูงและเหมาะสมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมี 67 แห่งที่มีศักยภาพสูง และ 548 แห่งที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

#### ด้านตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดการท่องเที่ยวหมายถึง ความต้องการ (Demand) ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการจะสะท้อนออกมาในลักษณะของรูปแบบ กิจกรรม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งมักแตกต่างกันตามกลุ่มนักท่องเที่ยวตามเชื้อชาติและวัย

ตลาดการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศไทยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวในประเทศไทย

ประมาณกันว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นนักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเชิงนิเวศจำนวน 2,085,475 คน หรือ ร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย

ประมาณกันว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเชิงนิเวศจำนวน 12,130,435 คน หรือ ร้อยละ 67.39 ของชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษาคาดว่ามีนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพประมาณครึ่งหนึ่ง โดยส่วนที่เหลือยังคงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นแบบทั่วไปหรือขาดความรับผิดชอบ



### ด้านบริการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546ค: 23-28)

การบริการที่ตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่สำคัญประกอบด้วย บริการที่พัก อาหาร บริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และบริการกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ

ในปัจจุบันบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศยังขาดมาตรฐานและทิศทางในการดำเนินงาน ซึ่งผู้ให้บริการต้องการคำแนะนำที่ถูกต้องและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังขาดมัคคุเทศก์เฉพาะที่สามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างละเอียดชัดเจน

### ด้านการศึกษาและการสร้างจิตสำนึก

เนื่องจากความต้องการในการให้การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการหนึ่งของการศึกษาและการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมโดยรวม จึงส่งผลต่อรูปแบบการศึกษาในระบบโดยจัดเป็นหลักสูตรในสถาบันการศึกษา หรือการอบรมสัมมนา และการจัดให้มีกระบวนการศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว โดยการใช้สื่อความหมายธรรมชาติแบบต่าง ๆ และการให้ข้อมูล ข่าวสาร การศึกษาในสื่อสารมวลชนทุกชนิด

ปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาที่จัดหลักสูตรด้านการท่องเที่ยว หรือการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวนกว่า 70 แห่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546ง: 23-28) เนื้อหาของหลักสูตรอาจยังเน้นการท่องเที่ยวในเชิงอุตสาหกรรมมากกว่าผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดสื่อความหมายธรรมชาติมีปรากฏอยู่ทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ แต่โดยทั่วไปยังมีคุณภาพไม่เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและสร้างจิตสำนึกได้อย่างแท้จริง

สำหรับการให้ข้อมูล และการศึกษาผ่านสื่อสารมวลชนต่าง ๆ มีอยู่ทั่วไป และได้รับความสนใจค่อนข้างสูงจากนักท่องเที่ยวและประชาชน หากแต่การนำเสนอยังขาดเป้าหมายและทิศทางร่วมกันที่ชัดเจนในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยส่วนใหญ่ยังเน้นการได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ในแหล่งธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมเท่านั้น

### ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

แนวความคิดของการมีส่วนร่วม เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นเป็นหลัก ปัจจุบันการมีส่วนร่วมยังอยู่ในวงจำกัด และขาดความสมดุล รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนยังคงเป็นลักษณะการมีกิจกรรมรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว เป็นการค้าขายในการท่องเที่ยวมากกว่าการมีส่วนในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว มีเพียงการบริหารส่วนท้องถิ่นบางแห่งเท่านั้นที่มีโอกาสในการจัดการ

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในระดับสูง แต่ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังขาดความพร้อมเกือบจะทุก ๆ ด้าน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผนเพื่อพัฒนาศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### 5.5.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2549:1-3) ได้กล่าวถึงแนวทางในการวางแผนยุทธศาสตร์ในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

#### 5.5.2.1 แนวคิดด้านการวางแผนการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยแนวคิด 5 ประการดังนี้

- การวางแผนการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างเงิน (Boosterism) นักพัฒนาคือผู้คิดสร้างกำไร โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นโดยปราศจากความคิดเรื่องอนุรักษ์ ชุมชนชาวบ้านไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนา นักพัฒนาต้องการสร้างโรมแรมเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงการทำลายสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและวัฒนธรรม

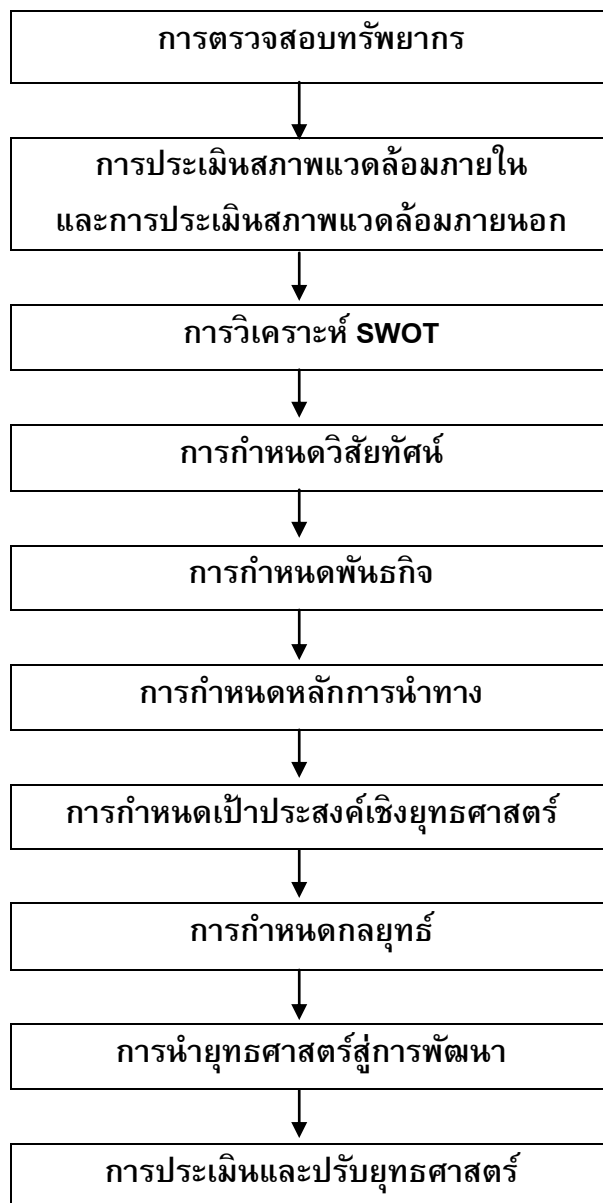
- การวางแผนการท่องเที่ยวแนวเศรษฐกิจ (Economic Based) นักพัฒนาคือนักเศรษฐกิจ ซึ่งพิจารณาว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งของเศรษฐกิจ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อการเติบโตและการฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติ เป็นการสร้างเงินสร้างงาน และการพัฒนาภูมิภาคต่าง ๆ โดยยังไม่มีความคิดด้านการอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

- การวางแผนการท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว (Destination based) นักพัฒนาคือนักวางแผนการใช้ที่ดินและนักวางผังเมือง ซึ่งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว (Carrying capacity) การกำหนดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ (Limit of acceptable charge) การจัดการผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยว (Visitor impact management) การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการกระจายการท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อพื้นที่

- การวางแผนการท่องเที่ยวแนวยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Community Based) นักพัฒนาคือผู้ประสานงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชน โดยให้ชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของกิจการการท่องเที่ยวแทนการเป็นแรงงานราคาถูก มีการวางแผนพัฒนาท่องเที่ยวควบคู่กับการวางแผนพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม การท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

- การวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) นักพัฒนาคือนักวางแผนแบบบูรณาการ มีการวางแผนการท่องเที่ยวเข้ากับการวางแผนพัฒนาชุมชนในภาพรวม ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการพัฒนาด้านจิตสำนึกไปในแผนพัฒนาที่มุ่งเน้นการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ตั้งไว้ แนวคิดแนวนี้ คือแนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั่นเอง

5.5.2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เป็นวงจร ดังนี้



ภาพประกอบ 5 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว  
ที่มา: พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องการวางแผน  
ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว. หน้า 3.

### 5.5.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีการขยายตัวมาโดยตลอด ซึ่งการขยายตัวนี้อยู่บนพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ จนถึงปัจจุบันทรัพยากรดังกล่าวเริ่มเสื่อมโทรมจนอาจกลายเป็นปัญหาใหญ่ในวันข้างหน้า และเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ จึงทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเร่งวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในภูมิภาคและตลาดโลก

#### 5.5.3.1 นโยบายของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว คณะรัฐมนตรี 2544

##### 5.5.3.1.1 ด้านการบริการและการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยว คือ หนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสนเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยว และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว

##### 5.5.3.1.2 ด้านการพัฒนาภาคบริการ

- ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทย ทั้งด้านการผลิตและพัฒนา รูปแบบการให้บริการ และการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน

- จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษา การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬาและนันทนาการ

- เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้ ทักษะ ทั้งมาตรฐานการบริการและการจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการระหว่างประเทศด้านการค้าบริการ

##### 5.5.3.1.3 ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

- เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

- บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็กและธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนาและการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

- เพื่อให้เกิดพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดกและทรัพย์สินทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองการท่องเที่ยว สร้างแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าของนักท่องเที่ยวโดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

- เพื่อเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งในรูปแบบการจัดมหรหกรรมการท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

- เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

5.5.3.2 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 มติคณะรัฐมนตรี วันที่ 29 มิถุนายน 2547 ณ จังหวัดลำพูน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ก: 2549: 11-15)

#### เป้าประสงค์

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียที่สามารถกระจายรายได้และโอกาสการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง

#### วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายในปีพ.ศ. 2551

#### เป้าหมาย

ในปีพ.ศ. 2551 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน หรือมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 700,000 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวมี 3 ยุทธศาสตร์

**ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว**

#### มีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น
- 2) เพื่อเป็นเครื่องมือในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เป็นไปตามเป้าหมาย
- 3) เพื่อดำเนินการตลาดเชิงรุกที่เกิดผลได้ในระยะเวลารวดเร็ว และเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด (Marketing Share) ในภูมิภาคเอเชีย มากกว่าร้อยละ 10 ในสิ้นปีพ.ศ. 2551 ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุก ทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ในภูมิภาคเอเชีย

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริม World Event Marketing

## ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

มีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการกระจายรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน
- 2) เพื่อพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดและเป็น Magnet ดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 3) เพื่อให้สินค้าและบริการทางท่องเที่ยวมีมาตรฐาน สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว
- 4) เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในมาตรการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายคือ
  - มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาด และเป็น Magnet เพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10
  - รายได้ของประชาชนในพื้นที่เป้าหมายที่มาจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี
  - มีแหล่งท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและองค์กรชุมชนดูแลอนุรักษ์ และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์
    - กลยุทธ์ที่ 1 สร้าง พัฒนา ฟื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว
    - กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
    - กลยุทธ์ที่ 3 เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
    - กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

## ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

มีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้มีระบบบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ
- 2) เพิ่มขีดความสามารถขององค์กรภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 3) เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ระดับชาตินโยบายรัฐบาล และยุทธศาสตร์การพัฒนา 19 กลุ่มจังหวัด โดยมีเป้าหมายคือ
  - องค์กรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น
  - เพิ่มจำนวนบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ดี
  - มีการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการแบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์
    - กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

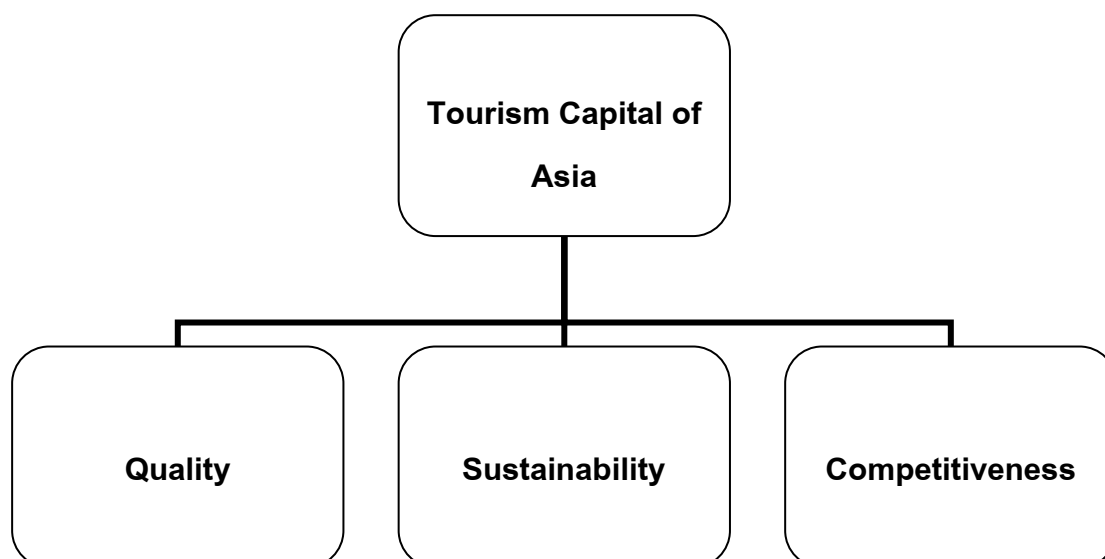
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในทุก  
ระดับทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน ในประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3 การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สํารวจ  
จัดทำทะเบียน อนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

5.5.3.3 แผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2548  
(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: 2549)

#### วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย

มุ่งพัฒนาและส่งเสริมให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ก้าวสู่มาตรฐานคุณภาพ (Quality)  
เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainability) สามารถแข่งขันในตลาดโลก (Competitiveness) อัน  
จะนำไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia



ภาพประกอบ 6 วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548  
และทิศทางตลาดการท่องเที่ยวปี 2549-2551.

#### วัตถุประสงค์การดำเนินงานภาพรวม

1. เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศโดย
  - เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว
  - เร่งอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว
2. กระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศและกระจายรายได้สู่ภูมิภาค

ตาราง 1 เป้าหมายทางการตลาด

	ตลาดต่างประเทศ	ตลาดในประเทศ
จำนวนนักท่องเที่ยว	13.8 ล้านคน	79.33 ล้านคน/ครั้ง
รายได้	486,300 ล้านบาท	378,000 ล้านบาท

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548 และทิศทางการตลาดการท่องเที่ยวปี 2549-2551.

### Campaign โฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดต่างประเทศ/ในประเทศ

การดำเนินงานปีพ.ศ. 2549 จะดำเนินงานภายใต้ Campaign “Thailand Grand Invitation” โดยททท. จะสร้างกระแสการท่องเที่ยวครั้งใหญ่ขึ้นในประเทศไทย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่อยู่ต่างประเทศเดินทางมาเยือนเมืองไทยและกระตุ้นให้คนไทยในประเทศเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมเฉลิมฉลอง เนื่องในวโรกาสมหามงคลสมัยที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี โดยมีสัญลักษณ์ (Logo) ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ดังนี้

แนวทางการดำเนินงาน แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งเป็น 2 แผนงาน
  - 1.1 แผนงานตลาดต่างประเทศ
  - 1.2 แผนงานตลาดในประเทศ
2. ด้านส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยว

#### 1. ด้านส่งเสริมการตลาด

##### 1.1 แผนงานตลาดต่างประเทศ

#### เป้าหมายเชิงพื้นที่ (Market Area)

ตาราง 2 แผนงานตลาดต่างประเทศ

ลำดับความสำคัญ	พื้นที่ตลาด
ตลาดหลัก	<p><u>เอเชีย</u> : ญี่ปุ่น จีน เกาหลี ฮองกง ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย</p> <p><u>ยุโรป</u> : อังกฤษ เยอรมนี ฝรั่งเศส สวีเดน</p> <p><u>อเมริกา</u> : สหรัฐอเมริกา</p> <p><u>โอเชียเนีย</u> : ออสเตรเลีย</p>



## ตาราง 2 (ต่อ)

<b>ตลาดรอง</b>	<u>เอเชีย</u> : อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม <u>ยุโรป</u> : เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ อิตาลี รัสเซีย & CIS เดนมาร์ก นอร์เวย์ ฟินแลนด์ ยุโรปตะวันออก เบลเยียม สเปน ออสเตรีย โปรตุเกส กรีซ ตุรกี <u>อเมริกา</u> : แคนาดา ละตินอเมริกา <u>โอเชียเนีย</u> : นิวซีแลนด์ <u>ตะวันออกกลาง</u> : สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และกลุ่ม ประเทศตะวันออกกลาง อิสราเอล <u>แอฟริกา</u> : แอฟริกาใต้
----------------	---

**เป้าหมายเชิงกลุ่มตลาด (Market Segment)**

- นักท่องเที่ยวทั่วไป : ครอบครัว สตรี Corporate ผู้สูงอายุ Expats Ethnics
- กลุ่มความสนใจพิเศษ : กอล์ฟ ดำน้ำ สุขภาพ ฮันนีมูน ศาสนา Education (นักเรียน นักศึกษา อาจารย์มหาวิทยาลัย) Yacht

**สินค้าทางการท่องเที่ยวสำหรับตลาดหลัก แบ่งเป็น 3กลุ่ม ได้แก่**

**1. กลุ่มสินค้าท่องเที่ยวพิเศษ** คือ พระราชพิธี พิธีการต่าง ๆ และกิจกรรมที่จะจัดเป็นพิเศษ

-Grand event : พระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ สาคิดพระราชพิธีเหนือ พิธีสวนสนาม และกิจกรรมเฉลิมฉลองต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในส่วนภูมิภาค โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

-Grand destination : กรุงเทพมหานครมุ่งนำเสนอการเป็นเมืองหลวง การตกแต่งเมืองบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เฉลิมฉลองวโรกาสพิเศษนี้ การจัดรายการนำเที่ยวพิเศษท่องเที่ยวพระราชวังต่าง ๆ และพิพิธภัณฑ์ กิจกรรม One Night in Bangkok เป็นต้น สำหรับในส่วนภูมิภาคจะนำเสนอรายการนำเที่ยวพระตำหนักและโครงการพระราชดำริต่าง ๆ ที่น่าสนใจ

-Grand opening : สนามบินสุวรรณภูมิ

-Grand service : สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่มีมาตรฐานพิเศษ ได้แก่ Unseen Paradise, Boutique Hotel & Spa, Shopping Complex เป็นต้น

**2. กลุ่มสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว** เป็นแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย แบ่งสินค้าเป็น 4 ประเภทดังนี้

-ประเภทหาดทราย ชายทะเล ได้แก่ พัทยา ภูเก็ต พังงา กระบี่ สมุย หัวหิน ชะอำ

-ประเภทเมืองและชุมชน (ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ชุมชน) ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี

-ประเภทธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ได้แก่ เชียงใหม่ กาญจนบุรี เพชรบุรี

-ประเภทความสนใจพิเศษ ได้แก่ Golf, Diving, Wellness & Spa

3. กลุ่มสินค้าใหม่ทางการท่องเที่ยวที่พร้อมเสนอขาย เป็นกลุ่มสินค้าใหม่ที่ต้องการผลักดันให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวเสริม เป็นทางเลือกใหม่นอกเหนือจากสินค้าท่องเที่ยวหลัก สร้างความหลากหลายและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มก่อให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รวมถึงวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่อาจเพิ่มขึ้น

### กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ

#### กลยุทธ์ภาพรวม

1. เร่งสร้างการรับรู้ (Consumer Awareness) ปี พ.ศ. 2549 เป็นปีเฉลิมฉลองพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ควบคู่กับการรับรู้ประเทศไทยในภาพลักษณ์ด้านบวก
2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share)
3. เน้นทำการตลาดแบบเจาะกลุ่มเป้าหมาย (Target Market) เพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามัน
5. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วง Green Season (พฤษภาคม - กันยายน)

## 1.2 แผนงานตลาดในประเทศ

### กลุ่มเป้าหมาย

- นักท่องเที่ยวทั่วไป: ครอบครัว วัยทำงาน ผู้มีรายได้สูง เยาวชน
- กลุ่มความสนใจพิเศษ: กลุ่มสุขภาพ กลุ่ม Education กลุ่มกีฬา (กอล์ฟ ดำน้ำ) กลุ่มประชุมสัมมนา กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและกึ่งผจญภัย ศาสนา

### สินค้าทางการท่องเที่ยว

สินค้าทางการท่องเที่ยวสำหรับตลาดในประเทศ แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. **สินค้าท่องเที่ยวพิเศษ** คือ พระราชพิธี พิธีการต่าง ๆ และกิจกรรมที่จะจัดเป็นพิเศษเฉพาะในปีเฉลิมฉลองนี้ ซึ่งสะท้อนถึงพระเกียรติคุณ พระอัจฉริยภาพ และพระราชกรณียกิจที่สำคัญ รวมทั้งรายการนำเที่ยวพิเศษที่จัดขึ้นเฉพาะวาระเฉลิมฉลองนี้

-Grand event: พระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ พิธีสวนสนาม และกิจกรรมเฉลิมฉลองต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในส่วนภูมิภาค โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

-Grand destination: กรุงเทพมหานครมุ่งนำเสนอการเป็นเมืองหลวง การตกแต่งเมืองบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เฉลิมฉลองวโรกาสพิเศษนี้ การจัดรายการนำเที่ยวพิเศษท่องเที่ยว

พระราชวังต่าง ๆ และพิพิธภัณฑ์ กิจกรรม One Night in Bangkok เป็นต้น สำหรับในส่วนภูมิภาค จะนำเสนอรายการนำเที่ยวพระตำหนักและโครงการพระราชดำริต่าง ๆ ที่น่าสนใจ

-Grand opening: สนามบินสุวรรณภูมิ

-Grand service: สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่มีมาตรฐานพิเศษ ได้แก่ Unseen Paradise, Boutique Hotel & Spa, Shopping Complex เป็นต้น

## 2. สินค้าทั่วไป

-หาดทราย ชายทะเล

-เมืองและชุมชน ได้แก่ ประวัติศาสตร์และโบราณคดี, วัฒนธรรม-วิถีชีวิต, สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น (Manmade), เส้นทางเชื่อมโยง

-ธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

-ความสนใจพิเศษ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, กอล์ฟ, ดำน้ำ, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

-เทศกาลและงานประเพณี

3. **เส้นทางท่องเที่ยวพิเศษ** เป็นกลุ่มสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีจุดขายที่น่าสนใจ สอดคล้องกับ Theme “เที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา”

-เส้นทางความสุข 40 เส้นทาง

-Unseen Product: Unseen Paradise “Stay in Style”

**กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดในประเทศ**

### กลยุทธ์ภาพรวม

1. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัดและระหว่างภูมิภาค
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูฤดูกาล
3. ใช้งานกิจกรรม (Event) เป็นจุดขาย
4. เสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานทางการตลาด และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว

## 6. ทฤษฎีด้านการตลาด

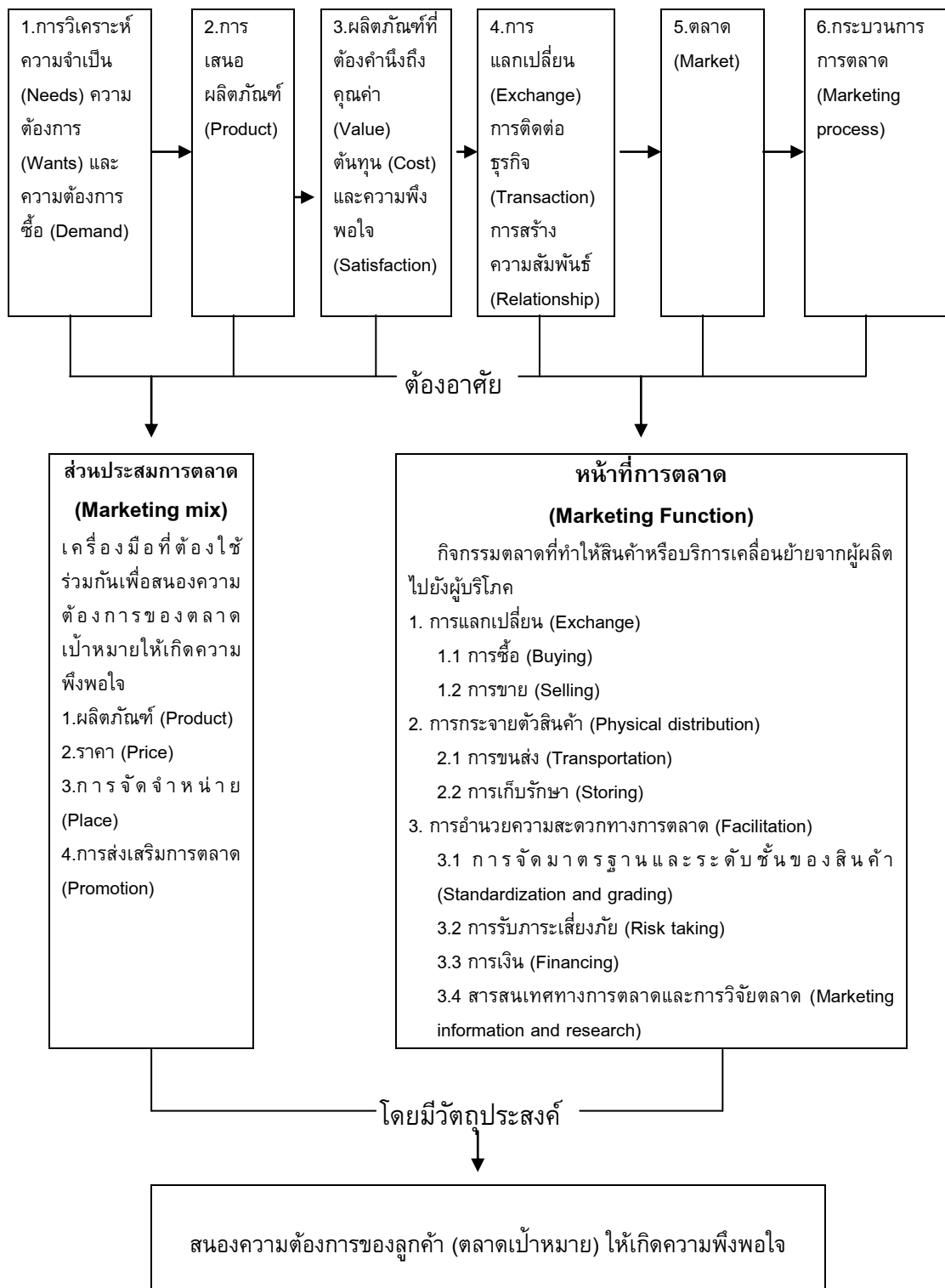
### 6.1 การตลาดและภาพรวมการตลาด

ในการทำธุรกิจใด ๆ นั้นจำเป็นต้องมีการทำการตลาดเพื่อให้ธุรกิจนั้นดำเนินไปในทิศทางที่จะสร้างกำไรหรือผลประโยชน์ที่น่าพอใจแก่ผู้ดำเนินกิจการ ดังที่ได้มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำจำกัดความและภาพรวมของการตลาดไว้ดังนี้

ฟิลิปป์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541: 5; อ้างอิงจาก Philip. 1994: 6) กล่าวว่า การตลาดเป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร (Social and managerial process) โดยมี

วัตถุประสงค์คือ ทำให้บุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองความต้องการของเขา และเครื่องมือที่ใช้คือ การสร้าง การเสนอ และการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น

นอกจากนี้ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ยังได้อธิบายถึงองค์ประกอบของการตลาดว่า จะต้องประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์เกี่ยวกับความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และ ความต้องการซื้อ (Demands) (2) ธุรกิจต้องเสนอผลิตภัณฑ์ (Product) เพื่อสนองความต้องการใน ข้อ 1 (3) ผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีคุณค่า (Value) ต้องคำนึงถึงต้นทุน (Cost) ของลูกค้า หรือราคาสินค้า ที่ลูกค้าซื้อและความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) (4) ผลิตภัณฑ์ในข้อ 2 มีการแลกเปลี่ยน (Exchange) การติดต่อธุรกิจ (Transaction) และการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship) กับตลาด (5) ตลาด (Market) คือ กลุ่มเป้าหมายของการขายผลิตภัณฑ์ในข้อ 2 (6) กระบวนการตั้งแต่ข้อ 1-5 เรียกว่า กระบวนการการตลาด (**Marketing process**)



ภาพประกอบ 7 ภาพรวมการตลาด (The overview of marketing)  
 ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด.

## 6.2 แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์

### 6.2.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 35-36) ได้ให้ความหมายของคำว่าผลิตภัณฑ์ว่า หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล โดยที่ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 15) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอกับตลาดเพื่อความสนใจ (Attention) ความอยากได้ (Acquisition) การใช้ (Using) หรือการบริโภค (Consumption) สามารถตอบสนองความต้องการ หรือความจำเป็น การตัดสินใจในลักษณะของผลิตภัณฑ์ และการบริการที่จะได้รับ

จากความหมายที่กล่าวมาจึงสามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอขายต่อตลาด สร้างความสนใจ ความต้องการ ความอยากได้ โดยที่ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

### 6.2.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 15) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ว่าประกอบไปด้วย

- ผลิตภัณฑ์หลัก (Core product)
- รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Formal product หรือ tangible product)
- ตราสินค้า (Brand) เครื่องหมายการค้า (trade mark)
- การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)
- ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented product)
- ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected product)
- ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential product)

สุปัญญา ไชยชาญ (2543: 186-187) กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ดังนี้

**หัวใจผลิตภัณฑ์ (Core product)** หมายถึง ประโยชน์หรือบริการที่ลูกค้าอยากได้ และอยากซื้อจริง ๆ เช่น หัวใจของผลิตภัณฑ์โรงแรมได้แก่การพักผ่อนนอนหลับ หัวใจของผลิตภัณฑ์โรงพยาบาลได้แก่การรักษาความเจ็บป่วย

**ผลิตภัณฑ์สามัญ (Generic Product)** หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ และ/หรือการกระทำของบุคคลที่จะใช้ประโยชน์หรือบริการแก่ลูกค้า เช่น กรณีโรงแรมจะต้องมีอาคาร มีห้องพัก ไว้ให้เช่า โรงพยาบาลมีห้องสำหรับรักษา และเครื่องมือสำหรับตรวจรักษา เป็นต้น

**ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected product)** หมายถึง คุณลักษณะและ/หรือสภาพขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวังว่าต้องมีและ/หรือเห็นด้วยว่าดีถ้าหากผลิตภัณฑ์มีให้ เช่น ผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลย่อมคาดหวังว่าในห้องพักนั้นจะมีเตียงที่สะอาด มีตู้เสื้อผ้า มีโทรทัศน์ มีที่พักสำหรับญาติ มีความสะอาดและมีความเงียบสงบ

**ส่วนเพิ่มผลิตภัณฑ์ (Augmented product)** หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ผู้ขายมอบเพิ่มเติมให้แก่ลูกค้า แม้จะไม่มอบให้ก็ไม่ทำให้หัวใจการผลิตเสียไป

**ศักยภาพผลิตภัณฑ์ (Potential product)** หมายถึง ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะถูกเพิ่มเติมหรือแปรรูปใหม่ได้ในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และความยินดี (Delight) ให้แก่ลูกค้าด้วย การสร้างความยินดีในที่นี้ หมายถึง การสร้างความประหลาดใจในทางบวกให้แก่ลูกค้า

### 6.3 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539: 287-289) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจบริการไว้ 4 ประเภทดังนี้คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้แก่ผู้ซื้อ
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ยังได้กล่าวถึงลักษณะของบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาดไว้ดังนี้

**1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)** บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ เช่น คนไข้ไปหาหมอไม่สามารถบอกได้ว่าตนจะได้รับบริการในรูปแบบใด ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ สถานที่ บุคคล เครื่องมือ การติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา เหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น

**1.1 สถานที่ (Place)** ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้เกิดขึ้นกับผู้มาติดต่อ

**1.2 บุคคล (People)** พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตา ยิ้มแย้ม พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

**1.3 เครื่องมือ (Equipment)** อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าพอใจ

**1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material)** สื่อโฆษณาและเอกสารโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

**1.5 สัญลักษณ์ (Symbols)** คือ ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

**1.6 ราคา (Price)** การกำหนดราคาการให้บริการ ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ต้องชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับที่แตกต่างกัน

**2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability)** การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นบริการแทนได้เพราะผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการจำกัดอยู่ในเรื่องของเวลา

กลยุทธ์การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดเวลานั้นคือ การกำหนดมาตรฐานด้านการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้น หรือจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการเดี่ยว หรือใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้าช่วย เช่น การรักษาคอนไซ์ของจิตแพทย์จัดเป็นกลุ่มเล็กแทนการให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือกำหนดเวลาว่า รักษาคนไข้ประมาณ 30 นาทีต่อหนึ่งรายแทน 60 นาที

**3. ไม่แน่นอน (Variability)** ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่า ผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน อย่างไร เช่น หมอผ่าตัดหัวใจ คุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ให้บริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุง บริการให้ดีขึ้น

**4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability)** บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็ไม่มีปัญหา แต่ถ้าความต้องการมีไม่แน่นอน จะทำให้เกิด



ปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ และปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหามากหรือน้อยเกินไป มีดังนี้

#### 4.1 กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand) มีดังนี้

- 1) การตั้งราคาให้แตกต่างกัน (Differential pricing) เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงในช่วงความต้องการซื้อสูง ราคาต่ำในช่วงความต้องการซื้อน้อย
- 2) กระตุ้นในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย โดยจัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย
- 3) การให้บริการเสริม (Complementary services)
- 4) ระบบการนัดหมาย (Reservation system) เพื่อให้ทราบถึงจำนวนลูกค้าที่แน่นอนเพื่อการวางแผนการให้บริการที่เหมาะสม เพื่อปรับความต้องการซื้อให้เหมาะสม

#### 4.2 กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการ มีดังนี้

- 1) เพิ่มพนักงานชั่วคราว (Part time employee)
- 2) การกำหนดวิธีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงคนมาก (Peak time efficiency routine)
- 3) ให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการให้บริการ (Increased consumer participation)
- 4) การให้บริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย (Shared service) เช่น โครงการใช้เครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลร่วมกันเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย
- 5) การขายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต (Facilities for future expansion)

### 6.4 การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (Branding)

คอร์ทเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler; & Amstrong. 2001: 3) กล่าวว่าตราสินค้านั้นหมายถึงส่วนประกอบของชื่อ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ การออกแบบ ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ขายแตกต่างจากคู่แข่ง

เมอเรียและดอริสโคล (สุวิมล แม่นจริง 2546: 173-174; อ้างอิงจาก Murray; & O'Driscoll. 1996: 293) ได้กล่าวว่าตราสินค้านั้น ๆ จะมีบทบาทที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มของลูกค้านี้และโอกาสในการซื้อ โดยทั่วไปแล้วตราสินค้านั้นมีหน้าที่ดังนี้คือ 1. การอำนวยความสะดวก ตราสินค้านี้จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่าย เนื่องจากผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าที่มีชื่อคุ้นหู 2. การให้การรับประกัน ตราสินค้านี้เป็นการรับประกันทางอ้อม กล่าวคือตราสินค้านี้จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค 3. การบ่งบอกถึงลักษณะส่วนบุคคล การเลือกตราสินค้าสามารถบ่งบอกถึงรสนิยมและบุคลิกภาพของผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะการเลือกตราสินค้าที่มีชื่อเสียง

สุวิมล แม้นจริงยังได้สรุปว่าตราสินค้ามีประโยชน์ทั้งต่อผู้บริโภคและผู้ผลิต ด้านผู้บริโภคนั้นตราสินค้าบ่งบอกถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่พวกเขาได้ ด้านผู้ผลิตนั้นตราสินค้าจะช่วยในการดึงดูดลูกค้าที่มีความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า

### 6.5 กลยุทธ์ตราสินค้า (Brand Strategy)

คอตเลอร์และอาร์มสตรอง (สุวิมล แม้นจริง 2546: 178-179; อ้างอิงจาก Kotler; & Armstrong. 2001: 308) กล่าวว่า การกำหนดกลยุทธ์ตราสินค้านั้นมี 4 วิธี คือ การขยายสายผลิตภัณฑ์ (Line Extensions) การขยายตราสินค้า (Brand Extensions) การใช้หลายตรา (Multibrands) และการใช้ตราใหม่ (New Brands)

- การขยายสายผลิตภัณฑ์ คือ การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าไปยังตราสินค้าเดิมที่ประสบความสำเร็จไปแล้ว อาจเป็นเพิ่มรสชาติใหม่ สีสนใหม่ หรือส่วนผสมใหม่

- การขยายตราสินค้า คือ การนำตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จแล้วมาใช้เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาด

- การใช้หลายตรา คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาสองตราหรือมากกว่า เพื่อใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน เป็นการสร้างแรงจูงใจในการซื้อและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในพื้นที่ของร้านค้าปลีกย่อย

- การใช้ตราใหม่ ถ้าผู้ผลิตเห็นว่าตราเดิมนั้นไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ หรือตราเดิมจะไปดึงยอดขายของผลิตภัณฑ์ใหม่ ก็จะมีการสร้างตราใหม่ขึ้นมา

### 6.6 ความหมายของแรงจูงใจ

บราวน์ (Brown. 1981: 121-122) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า หมายถึง แรงขับและแรงกระตุ้นสภาวะอารมณ์ หรือ ความปรารถนาภายในที่จะผลักดันให้บุคคลเกิดการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายที่วางไว้

อัญชลี ภูพานิช (2539: 44) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ หรือสิ่งเร้าที่เป็นเหตุให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา เพื่อตอบสนองความต้องการหรือเพื่อตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำการใดสิ่งหนึ่งของบุคคล และแรงจูงใจนี้จะทำให้บุคคลเกิดความพร้อม ความตั้งใจ และพลังหรือแรงขับ ในการที่จะกระทำการใดให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

บัวขาว กมลศิลป์ (2540: 13) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึง สภาวะ หรือแรงกระตุ้นที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือแรงกระตุ้นเพื่อไปสู่จุดหมายปลายทางที่ต้องการ

พรพิมล จันทร์พลับ (2539: 159) ก็ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจเป็นแรงกระตุ้นที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมหนึ่งขึ้นมาอย่างต่อเนื่องและมีเป้าหมาย ซึ่งอาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกก็ได้

ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า แรงจูงใจเป็นแรงกระตุ้น หรือแรงผลักดันที่จะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งตามที่ตนต้องการเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

## 6.7 ประเภทของแรงจูงใจ

นิภา (ทองไทย) แก้วศรีงาม (2527: 118-120) กล่าวว่า การแบ่งประเภทของแรงจูงใจนั้นแบ่งโดย พิจารณาจากเกณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดให้เห็นถึงลักษณะและประเภทของแรงจูงใจดังนี้

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives) หมายถึง ภาวะของบุคคลที่มีความต้องการที่จะทำหรือเรียนรู้บางสิ่งบางอย่างด้วยจิตใจของตนเอง (ไม่ต้องมีสิ่งเร้าภายนอกมาล่อ) เช่น ความต้องการภายใน ความสนใจพิเศษ ความตั้งใจ ฯลฯ

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motives) หมายถึง ภาวะของบุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจากภายนอก ทำให้มองเห็นจุดหมายปลายทาง และนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมของบุคคล เช่น เป้าหมายหรือการคาดหวังของบุคคล และเครื่องล่อต่าง ๆ ทั้งที่เป็นรางวัล การลงโทษ รวมถึงการสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดการแข่งขันและความร่วมมือ

บีช (วิภา อร่ามรุ่งโรจน์ชัย. 2544: 15; อ้างอิงจาก Beach. 1965) ได้แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) หมายถึง ภาวะของบุคคลที่มีความต้องการและอยากจะทำแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ตามความพอใจ และยินดีในงานของตน

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) หมายถึง ภาวะของบุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจากภายนอก จึงทำให้เห็นจุดหมายพฤติกรรมของบุคคลส่วนใหญ่มักจะได้รับแรงจูงใจจากภายนอกทั้งสิ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงอาจสรุปได้ว่า แรงจูงใจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือแรงจูงใจภายในซึ่งเกิดขึ้นจากตัวของบุคคลเองไม่ได้มีสิ่งใดมากระตุ้นหรือเร้าให้เกิด ส่วนแรงจูงใจภายนอกนั้นเกิดจากการกระตุ้นจากภายนอกที่ทำให้เห็นจุดหมายและนำไปสู่การแสดงพฤติกรรม

## 6.8 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตวิทยา ที่บ่งบอกถึงสภาพความรู้สึกทางจิตใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองต่อความต้องการ และสามารถคาดคะเนได้ว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่จากการสังเกตพฤติกรรมของคนนั้น ๆ

วอลเลสไตน์ (Wallestein. 1971: 25) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End-Stage in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

วอลแมน (Wollman. 1973: 384) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความรู้สึกเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goal) ความต้องการ (Want) หรือ แรงจูงใจ (Motivation)

พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (นพวรรณ อุณหไวกะ. 2545: 24; อ้างอิงจาก พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. 2537: 149-150) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ปฏิบัติการด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยที่แสดงออกมาในลักษณะของผลลัพธ์ขั้นสุดท้ายของกระบวนการประเมินซึ่งบ่งบอกผลการประเมินในด้านบวกหรือลบ หรือไม่มีปฏิกริยาต่อสิ่งเร้านั้น

วรูม (Vroom. 1970: 99) กล่าวว่า ทศนคติ และความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง สามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติด้านลบแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง ดังนั้นโรงพยาบาลซึ่งเป็นสถานที่ให้บริการทางการแพทย์และสุขภาพจึงถือว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ป่วยที่มารับการรักษาเป็นเป้าหมายในการให้บริการของโรงพยาบาล โดยยึดหลักวิชาการทางการแพทย์เป็นแนวทางในการรักษาพยาบาล เพื่อที่จะช่วยชีวิตผู้ป่วยให้ปลอดภัย และยังตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการทางจิตใจ อารมณ์ และสังคม เพื่อให้ผู้รับบริการทางการแพทย์เหล่านั้นเกิดความรู้สึกพอใจ ประทับใจ มีสุขภาพจิตที่ดีขึ้น ในการบริการของโรงพยาบาลนั้นจะต้องสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้น ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

จากความหมายของความพึงพอใจผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นผลรวมของความรู้สึกชอบ อันเกิดมาจากประสบการณ์ ความรู้ ทศนคติ เมื่อบุคคลเหล่านั้นได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการแล้ว ก็จะส่งผลให้เกิดการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เรียกว่าความพึงพอใจ

## 6.9 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อบริการทางการแพทย์

การใช้บริการทางการแพทย์นั้นมีปัจจัยสำคัญที่จะเป็นดัชนีชี้วัดผลิตผลจากการใช้บริการของประชาชนได้ปัจจัยหนึ่งก็คือ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการนั่นเอง

อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday and Andersen. 1975: 52-80) ได้ชี้ให้เห็นถึงพื้นฐาน 6 ประการที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ป่วยกับการรักษาพยาบาลและความรู้สึกที่ผู้ป่วยได้รับการบริการ เป็นสิ่งที่จะประเมินระบบบริการทางการแพทย์

ความพึงพอใจต่อบริการ (Consumer satisfaction) คือความพึงพอใจของผู้ป่วยทั้ง 6 ประการคือ

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับการบริการ (Convenience) ซึ่งแยกออกเป็น

- 1.1 การใช้เวลาคอยในสถานบริการ (Office waiting time)

1.2 การได้รับการรักษาดูแลเมื่อมีความต้องการ (Availability of care when need)

1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ (Base of getting to care)

2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของบริการ (Co-ordination) แบ่งเป็น

2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ป่วยสามารถรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย (Getting all needs met at one place)

2.2 แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วย (Concern of Doctor for overall health) ได้แก่ ด้านร่างกาย และจิตใจ

2.3 แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา (Follow up care)

3. ความพึงพอใจต่ออธยาศัยความสนใจต่อผู้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอธยาศัย ท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้บริการ และแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย

4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้บริการ (Medical Information) คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการเจ็บป่วย (Information about treatment) ได้แก่ การปฏิบัติตนในขณะที่เจ็บป่วย การให้ยา

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of care) ได้แก่ คุณภาพของการดูแล ทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับตามทัศนคติของผู้ป่วยที่มีต่อโรงพยาบาล

6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out of pocket costs) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ป่วยจ่ายไปกับการรักษาความเจ็บป่วย

เพนชานสกีร์ และโทมัส (Penchansky and Thomas. 1981: 127-40) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงบริการทางการแพทย์โดยสรุปจำแนกเป็น 5 ประเภท คือ

1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการของผู้ป่วย

2. การเข้าถึงแหล่งบริการ (Accessibility) คือ ความสามารถที่จะไปใช้แหล่งบริการที่มีอยู่ได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งของสถานบริการ และการเดินทางของผู้ใช้บริการ

3. ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานบริการ (Accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้ป่วยนอกรับว่าให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อไปใช้บริการ

4. ความสามารถของผู้ป่วย ในการที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการที่ได้รับ (Affordability) การยอมรับคุณภาพของบริการ (Acceptability) รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจต่อบริการทางการแพทย์นั้นมีปัจจัยที่สำคัญอยู่หลายประการ การดูแลเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ความสะดวกสบายของสถานที่ ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อมาเลือกใช้บริการของผู้ป่วย ดังนั้นสถานประกอบการ หรือโรงพยาบาลจึงต้องเร่งพัฒนาคุณภาพให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ป่วย ซึ่งจะนำผลประโยชน์ หรือผลกำไรกลับมายังโรงพยาบาลนั่นเอง

## 7. นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

### 7.1 นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อันจะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศนั้น รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ดังนี้

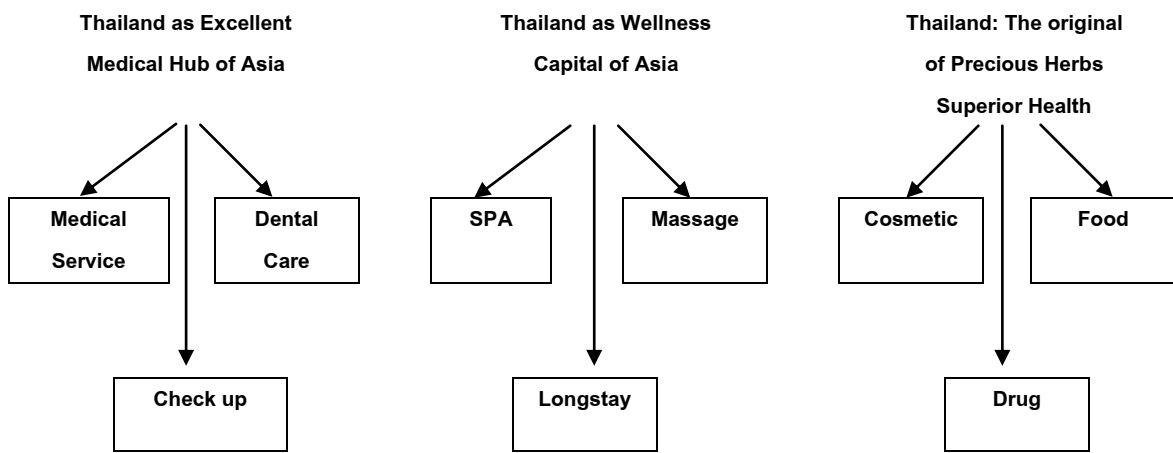
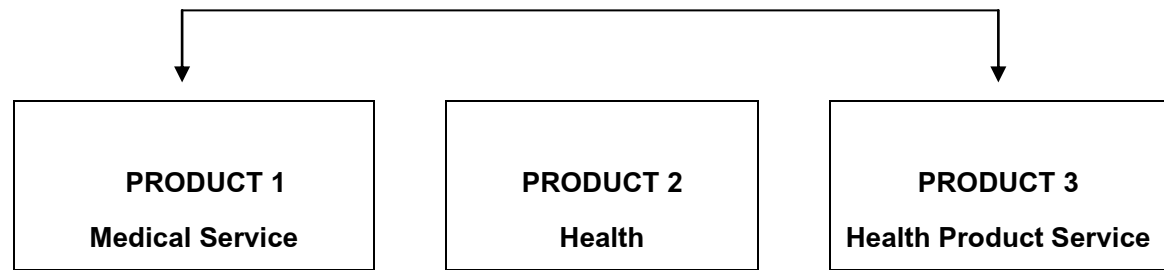
กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ ที่มุ่งส่งเสริม และสนับสนุน การบริการสุขภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เกิดอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่อง มีการถ่ายทอด เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย และที่สำคัญสามารถใช้งานบริการส่วนเกินได้ให้เกิดประโยชน์ใน ระบบสาธารณสุขของประเทศไทย จึงเน้นให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพเอเซีย ในระยะแรก เน้นการบริการสุขภาพในพื้นที่เป้าหมายเฉพาะ 3 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต เป็น ศูนย์กลางการบริการสุขภาพและบริการทางการแพทย์ในเอเซีย (Thailand as excellent international center for health care)

การส่งเสริมบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีศักยภาพ สามารถเพิ่มรายได้จาก ลูกค้าต่างชาติ มี 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. บริการสุขภาพด้านการแพทย์ (Medical Service) ได้แก่ บริการรักษาพยาบาล บริการทันตกรรม บริการตรวจสุขภาพ
2. บริการส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ บริการนวดไทย (Thai massage) สปา (Spa) และ บริการดูแลสุขภาพระยะยาว (Longstay)
3. บริการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพสมุนไพร (Herb Product) ได้แก่ ยาสมุนไพร เครื่องสำอาง อาหารและเครื่องดื่ม

**THAILAND AS EXCELLENT INTERNATIONAL CENTER**





พื้นที่เป้าหมาย

ระยะแรก 3 จังหวัด กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต

ภาพประกอบ 8 ภาพรวมเป้าหมายเชิงกลยุทธ์สนับสนุนการจัดบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ที่มา: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. (2547). แผนยุทธศาสตร์สนับสนุนให้ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย 2547-2550. ภูเก็ต.

โลกวันนี้ (วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. 2548: 20; อ้างอิงจาก โลกวันนี้. 2546: 14) ณรงค์ศักดิ์ อังคะสุวพรา อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้กล่าวถึงแผนยุทธศาสตร์สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชียปี 2546-2554 สรุปได้ว่า ประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากพืชสมุนไพรไทย ทำให้ตลาดการบริการสุขภาพได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง โดยกระทรวงสาธารณสุขมีนโยบายที่จะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพเอเชีย จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย

2. เพื่อขยายตลาดบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพของไทยไปสู่ชาวต่างชาติอย่างแพร่หลาย
3. เพื่อเพิ่มรายได้ของบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากชาวต่างชาติ นำรายได้เข้าสู่ประเทศ
4. เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพในตลาดต่างประเทศให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้กระทรวงสาธารณสุขยังได้กำหนดให้จังหวัดภูเก็ตเป็นพื้นที่เป้าหมายหลักตามนโยบายนี้ และจะต้องใช้งบประมาณทั้งสิ้น 400 ล้านบาท เพื่อผลักดันให้เกิดการดำเนินการให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ที่วางไว้

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต (2547: 3) ได้กล่าวถึงทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตไว้ว่า ภูเก็ตเป็น 1 ใน 8 เมืองหลักของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเป้าหมายของภูเก็ตจะได้รับการพัฒนาไปสู่เมื่องนานาชาติ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางฝั่งทะเลอันดามัน จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การสนับสนุนและส่งเสริมภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในระดับนานาชาติขึ้นเป็นยุทธศาสตร์สำคัญ โดยมีมาตรการ คือ

1. ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
2. ส่งเสริมและสร้างทางเลือกแก่ประชาชนในการพัฒนาศักยภาพด้านการแพทย์แผนไทย
3. พัฒนาโรงพยาบาลรัฐและเอกชนให้เป็นโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
4. ส่งเสริมให้มีการลงทุนด้านบริการสุขภาพ สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

## 7.2 แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

### 7.2.1 การประเมินศักยภาพการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเทศไทยมีชื่อเสียงมากในด้านการให้บริการนวดที่ดี โดยเฉพาะนวดไทยซึ่งมีการสอน และใช้รักษาโรคนานกว่า 2,500 ปี</li> <li>2. กฎระเบียบในการนวด เพื่อผ่อนคลายหายปวดเมื่อยหรือแม้แต่การนวดรักษา ไม่เข้มงวดเหมือนในต่างประเทศ ที่สำคัญราคาถูกกว่า 50%-100% เมื่อเทียบกับบริการประเภทเดียวกันในต่างประเทศ</li> <li>3. ประเทศไทยมีภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการปลูกสมุนไพรที่ใช้ประกอบการบำบัดรักษาสุขภาพ โดยเฉพาะน้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากธรรมชาติ ซึ่งต่างประเทศมีราคาแพงกว่าหลายเท่า</li> <li>4. สมุนไพรไทยมีชื่อเสียงไปทั่วโลก และใช้ช่วยรักษาโรคร้ายแรงได้หลายชนิด รวมทั้งใช้ลดความปวดเมื่อยทางร่างกายได้ดี และสามารถหาได้ง่ายเกือบทั่วทุกภาคของประเทศด้วยต้นทุนต่ำ</li> <li>5. ประเทศไทยมีสถานบำบัดสุขภาพหลายแห่งให้เลือกพร้อมแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และอาหารสุขภาพที่น่าสนใจ ราคาไม่แพง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้นวดไทยส่วนใหญ่ไม่มีใบประกอบโรคศิลป์ หรือใบประกาศนียบัตรรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ และมีความเชี่ยวชาญในด้านการดูแล/ฝึกอบรมวิธีบำบัดรักษาแผนไทยหรือแผนโบราณ รวมทั้งไม่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศขั้นต้นที่จำเป็นได้ ทำให้คุณภาพบริการไม่ได้มาตรฐาน/ไม่ประทับใจ</li> <li>2. รัฐยังไม่มีมาตรฐานการควบคุมและตรวจสอบการให้บริการของผู้นวดและสถานบริการบำบัดสุขภาพอย่างเป็นทางการ และทั่วถึง</li> <li>3. รัฐยังไม่มีนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการดูแล และกำหนดรูปแบบแนวทางการให้บริการที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการให้บริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับ และเชื่อถือของชาวต่างประเทศอย่างแท้จริง</li> <li>4. นักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า 30% ไม่รู้หรือรู้น้อยมากเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและบำบัดอื่น ๆ ขณะที่มากกว่า 62% ไม่รู้หรือรู้น้อยมากเกี่ยวกับสินค้าสมุนไพรที่มีคุณค่าสูงต่อการบำบัดสุขภาพ และโรคร้ายแรงหลายชนิดที่ต่างประเทศไม่สามารถเยียวยาได้</li> </ol>
โอกาส	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุขภาพเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มนุษย์ให้ความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ ทำให้ความต้องการสินค้าและบริการเสริมสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวสุขภาพขยายตัวสูงขึ้น</li> <li>2. มนุษย์มีความเครียดและวิตกกังวลมากขึ้น จากปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ งานหนัก ไม่มีเวลาออกกำลังกาย สงครามและความขัดแย้งระหว่างประเทศ ทำให้ต้องการพักผ่อนกายและใจมากขึ้น</li> <li>3. มนุษย์มีปัญหาโรคร้ายแรงมากขึ้นกว่า 30% เพราะสารพิษ สารเคมี และมลภาวะที่ไม่สามารถรักษาด้วยวิธีการแพทย์ปัจจุบันได้ดีเท่ากับการรักษาแผนโบราณ ที่มีผลข้างเคียงน้อยและให้ประสิทธิภาพสูงกว่าในระยะยาว จึงสนใจวิธีแผนโบราณมากขึ้น</li> <li>4. บริการบำบัดสุขภาพส่วนใหญ่เน้นวิธีทางธรรมชาติที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการคิดค่าบริการต่ำหรือสูงลูกค้าก็สามารถเลือกได้</li> <li>5. ความต้องการบำบัดสุขภาพตามธรรมชาติเติบโตขึ้นทั่วโลกปีละมากกว่า 20% เฉพาะในเอเชียแปซิฟิกขยายตัวสูงสุดกว่า 200% ในปี 2543-2545 และคาดว่าจะเติบโตสูงสุดต่อไปอีก 5 ปีข้างหน้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. รัฐบาลยังไม่ให้ความสำคัญต่อการบำบัดรักษาสุขภาพอย่างจริงจัง ประเทศส่วนใหญ่ยังไม่ให้ประชาชนเบิกค่ารักษาจากการบำบัดสุขภาพแบบสมุนไพรหรือสปา แม้จะเป็นกรณีรักษาโรคก็ตาม หรือเบิกได้อย่างจำกัด</li> <li>2. การบำบัดสุขภาพหรือสปา หากเป็นแบบรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพ ต้องได้รับการดูแลจากแพทย์</li> <li>3. การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการบำบัดรักษาสุขภาพด้วยสมุนไพรหรือวิธีธรรมชาติอย่างถูกต้องยังมีน้อยมาก</li> <li>4. การบำบัดรักษาสุขภาพที่ดีต้องใช้เวลาและดูแลรักษาเฉพาะราย โดยฝีมือมนุษย์เป็นส่วนใหญ่ จึงให้บริการคนจำนวนมากพร้อมกันไม่ได้ และการควบคุมมาตรฐานการให้บริการทำได้ค่อนข้างยาก</li> <li>5. ผู้ใช้บริการจำนวนมากสามารถสละเวลาพักผ่อนต่อการบำบัดรักษาอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีความจำเป็น</li> <li>6. สถานบริการหลายแห่งไม่มีมาตรฐานการให้บริการและเน้นการบำบัดหลายประเภทมากเกินไป แม้จะไม่เชี่ยวชาญ จึงไม่สามารถสร้างความพอใจให้ลูกค้าได้ตามที่คาดหวัง ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์และความต้องการระยะยาว</li> </ol>

ที่มา: สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์. (2548). โอกาสและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวสุขภาพในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ. หน้า 8.

## 7.2.2 แนวทางพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรม อันจะทำให้สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศ พัฒนาคุณภาพชีวิต และมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ดังที่ได้มีผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ ดังนี้

สมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2548:9-10) ได้กล่าวว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพให้เติบโตอย่างเหมาะสม สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และเป็นแหล่งสร้างงานที่เพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสังคมไทยได้อย่างต่อเนื่อง จำเป็นต้องมีกลไก 3 ประสาน ประกอบด้วย

1. นโยบายที่ชัดเจนและดำเนินมาตรการที่โปร่งใสเป็นธรรมของรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ความตั้งใจ จริงใจ และความรู้ที่ถูกต้องแบบมืออาชีพของเจ้าหน้าที่ที่ให้การส่งเสริม
3. การมีส่วนร่วมอย่างจริงจังและมีจิตสำนึกที่ถูกต้องของผู้ให้บริการและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

ขณะเดียวกันต้องประยุกต์ใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม 3 ด้าน เพื่อรักษาหรือเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน รวมทั้งสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภค ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์การตลาด
2. กลยุทธ์การจัดการ
3. กลยุทธ์พัฒนาเทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวสุขภาพ ภายใต้การสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญที่มีจิตสำนึกดีงาม มุ่งมั่นค้นหาและเสนอแนะแนวทางใหม่ที่จะช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวสุขภาพให้เติบโตไปในทิศทางที่ก่อประโยชน์ต่อชาติอย่างแท้จริง

### กลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยวสุขภาพ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีรายได้ปานกลางและต้องการหรือสนใจดูแลสุขภาพ

1. ยุโรป 50%
2. เอเชีย 30%
3. อเมริกาและอื่น ๆ 20%

### กลยุทธ์ที่เหมาะสม

#### กลยุทธ์การตลาด

1. สร้างความพร้อมของบริการ โดยมีพนักงานที่ดี สื่อสารภาษาต่างประเทศที่จำเป็นได้ พัฒนาและให้ข่าวสารที่สำคัญเพียงพอต่อลูกค้า ตั้งในทำเลที่สะดวก ใกล้แหล่งท่องเที่ยว มีอาหารเสริมสุขภาพมากขึ้น

2. พัฒนาคุณภาพบริการให้ได้มาตรฐานในระดับประเทศและระดับสากล โดยเฉพาะมีใบรับรองด้านการบริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ให้บริการสม่ำเสมอ รวดเร็ว ใฝ่ใจได้
3. เพิ่มค่าบริการที่ได้มาตรฐาน หรือใบรับรองบริการ โดยกำหนดราคาให้เหมาะสมกับความโดดเด่นพิเศษของไทย ความต้องการของลูกค้าและภาวะแข่งขัน
4. เลือกคนกลางทั้งในและต่างประเทศที่สามารถแนะนำนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมาใช้บริการ รวมทั้งติดต่อโดยตรงถึงนักท่องเที่ยวรายได้สูง
5. ให้ข่าวสารสำคัญเพิ่มขึ้น ผ่านสื่อที่มีประสิทธิผล โดยเฉพาะเพื่อน/ญาติ แนะนำพร้อมทั้งส่งเสริมการขายเท่าที่จำเป็น หาพนักงานที่ดีต่อเนื่อง

#### กลยุทธ์การจัดการ

1. วางแผนร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทุกระดับ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสุขภาพให้เติบโตอย่างถูกทิศทาง และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจริงจังและต่อเนื่อง
2. สนับสนุนสถาบันบำบัดสุขภาพของไทยให้เข้าประกวดความเป็นเลิศในด้านการบริการมาตรฐานสากล มีความปลอดภัย สะอาด ใฝ่ใจได้และคุ้มค่าต่อการใช้บริการทุกครั้ง
3. รัฐร่วมกับภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดเขต/ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในจังหวัด และภูมิภาคที่มีศักยภาพเพื่อพัฒนาสถาบันบำบัดสุขภาพที่ได้มาตรฐานสากล มีบริการครบวงจร ที่รักษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน และใช้วัตถุดิบที่ผลิตในไทยทั้งหมด มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือคู่แข่ง เพื่อสร้างไทยเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวสุขภาพในเอเชียแปซิฟิก

#### กลยุทธ์พัฒนาเทคโนโลยี

1. ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยผลิตวัตถุดิบ/อุปกรณ์ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ในธุรกิจบำบัดสุขภาพ เช่น ลูกประคบ น้ำมันวด ครีมบำรุงผิวและพอกหน้า ให้มีคุณภาพสูง ต้นทุนต่ำ และหา/สั่งซื้อง่าย
2. สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ไม่ซับซ้อน ควบคู่ไปกับภูมิปัญญาพื้นบ้านที่โดดเด่น เพื่อแปรรูปสินค้า อุปกรณ์สำคัญ เช่น น้ำมันหอมระเหยธรรมชาติ เตียนวด ให้มีคุณภาพสูง ได้มาตรฐานสากล สามารถทดแทนการนำเข้าในระยะยาว
3. ประกวดแข่งขันระดับชาติ การคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ช่วยในการแปรรูปสินค้าและอุปกรณ์สำหรับกิจการบำบัดสุขภาพ
4. ประกวดแข่งขันระดับชาติ การค้นหาและพัฒนาพันธุ์สมุนไพรใหม่ ๆ ที่มีโอเอสสารมากขึ้น และสามารถทดแทนสมุนไพรหรือน้ำมันวด ยารักษาและครีมต่าง ๆ ที่นำเข้ามาได้

### กลไก 3 ประสาน

- ภาครัฐ กำหนดนโยบายพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวสุขภาพอย่างชัดเจน รวมทั้งประเมินผลเป็นระยะ และแก้ไขทันการณ์

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องส่งเสริมอย่างจริงจังด้วยจิตสำนึกที่ดี โดยมีความรู้เฉพาะด้านแบบมืออาชีพ อย่างเพียงพอที่จะช่วยเหลือผู้ให้บริการได้ตามต้องการ
- ผู้ให้บริการและผู้ประกอบการ มีส่วนร่วมจริงในการกำหนดแนวทางพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวสุขภาพ รวมทั้งมีจิตสำนึกที่ถูกต้องในการทำธุรกิจ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีและพึ่งตนเองได้ในระยะยาว

## 8. แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดอันดามัน

### 8.1 แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต-พังงา-กระบี่)

#### วิสัยทัศน์ของกลุ่มจังหวัด

ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก และเป็นประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจเอเชียใต้  
เป้าประสงค์ของกลุ่มจังหวัด

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก ได้กำหนดเป้าประสงค์ในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ร้อยละ 10 ต่อปี จากฐานข้อมูลพื้นฐานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2545 จำนวน 7 ล้านกว่าคน คาดว่าเมื่อสิ้นปี 2550 จะมีนักท่องเที่ยว เข้ามาในกลุ่มจังหวัดสูงถึง 11 ล้านกว่าคน สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นถึง 1 แสนล้านบาท
2. ประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจเอเชียใต้เพื่อเป็นการรองรับแผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจภาคใต้ ของสำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ในการใช้ประโยชน์ด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เพื่อ เชื่อมโยงภาคใต้กับภูมิภาคเอเชียกลุ่มจังหวัด รวมทั้งการรับยุทธศาสตร์พลังงาน และ Land bridge ของรัฐบาล จึงได้กำหนดเป้าประสงค์ในการเตรียมความพร้อมพื้นที่ เพื่อรองรับประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจเอเชียใต้ ใน 3 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย การที่สามารถสร้างความเข้าใจกับคนในพื้นที่ได้ การมีผังเมืองเฉพาะ 18 ผัง การจัดหาแหล่งน้ำอุปโภคบริโภครองรับพื้นที่การพัฒนา สำหรับการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคใต้ และเชื่อมโยงการพัฒนาสู่พื้นที่ด้อยโอกาส ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจภาคใต้นั้น กลุ่มจังหวัดได้กำหนดเป้าประสงค์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตปาล์มน้ำมันให้เพิ่มขึ้นจาก 2.5% ของปี 2545 เป็น 10% ในปี 2550 มีการเพิ่มกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร ระหว่างปี 2547 - 2550 จำนวน 12 กลุ่ม และสร้างเครือข่ายผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งมูลค่าสูงจำนวน 24 เครือข่าย ซึ่งนอกจากเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตแล้ว ยังหวังที่จะให้เกิดการนำผลผลิตเหล่านี้ไปจำหน่ายยังกลุ่มประเทศเอเชียใต้

## ประเด็นยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด

### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเล ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์

1. การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต-พังงา-กระบี่ (Positioning) โดยกำหนดเป็น World - class Tropical Paradise ที่ด้าน Premium Exclusive Exotic และ Hospitality & Courtesy

2. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด

-สร้างความแตกต่างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยว โดยเน้นด้าน MICE / Health Service and Spa / OTOP / Marina / ICT

-เสริมจุดแข็งเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเน้นการพัฒนาบุคลากร การศึกษา สิ่งแวดล้อม และผังเมือง

-ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในเรื่องสำคัญ 3 เรื่อง คือ การปรับปรุงท่าอากาศยาน ภูเก็ต ถนนสี่ช่องจราจร ระนอง-พังงา-กระบี่-ตรัง และการปรับปรุงท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยวทางทะเล

### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์

1. เตรียมความพร้อมของพื้นที่เพื่อรองรับประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจเอเชียใต้ โดยเน้นการสร้างมาตรฐานการควบคุมการขยายตัวของเมือง โดยต้องมีผังเมืองรวมทั้งมีแหล่งน้ำอุปโภค บริโภคอย่างพอเพียง รองรับการพัฒนา

2. การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรมและ ประมง โดยเน้นการกระจายรายได้และเพิ่มผลผลิต รวมทั้งแสวงหาความร่วมมือในเชิงเศรษฐกิจกับการขยายการผลิตดังกล่าวกับกลุ่มเอเชียใต้

## กลยุทธ์ของกลุ่มจังหวัด

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเล ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ คือ

1.1 การกำหนดตำแหน่งยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต-พังงา-กระบี่ (Position)

1.2 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด

- สร้างความแตกต่าง

- เสริมจุดแข็ง

- ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน

2. ประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจเอเชียใต้ ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ คือ
  - 2.1 เตรียมความพร้อมของพื้นที่เพื่อรองรับประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจเอเชียใต้ และแผนพัฒนาโครงการระบบขนส่งมวลชนในเขตเมืองเชื่อมต่อ 3 จังหวัด
  - 2.2 พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และประมง



ภาพประกอบ 9 โครงสร้างยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด

ที่มา: แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดภูเก็ต. (2549: ออนไลน์)

## 9. บริบทพื้นที่ศึกษา

### 9.1 สภาพภูมิศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต

#### 9.1.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดภูเก็ต ตั้งอยู่ชายฝั่งตะวันตกของภาคใต้ในน่านน้ำทะเลอันดามัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของมหาสมุทรอินเดีย ระหว่างละติจูด 7 องศา 45 ลิปดาถึง 8 องศา 15 ฟลิปดาเหนือ ลองจิจูด 98 องศา 15 ลิปดา 98 องศา ฟลิปดาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครตามระยะทางถนนเพชรเกษม 867 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดพังงามีน่านน้ำแคบ ๆ กว้างประมาณ 490 เมตร เรียกว่า ช่องปากพระกัณธอยู่ โดยมีสะพานสารสินและสะพานเทพกษัตรีเชื่อมที่บ้านท่าหนู ตำบลโลกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา กับบ้านท่าฉัตรไชย อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

ทิศใต้และทิศตะวันตก ติดต่อกับทะเลอันดามัน

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอพังงาเขตจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่

#### 9.1.2 รูปร่างและขนาด

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดเดียวของประเทศไทยที่มีลักษณะเป็นเกาะ ทั้งยังเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศ ประกอบด้วยเกาะภูเก็ตซึ่งมีรูปร่างเรียวยาวจากเหนือไปใต้และเกาะบริวารน้อยใหญ่ประมาณ 36 เกาะ มีพื้นที่ 570 ตารางกิโลเมตร เป็นพื้นเกาะภูเก็ต 543 ตารางกิโลเมตร

#### 9.1.3 ลักษณะภูมิประเทศ

ภูมิประเทศของจังหวัดภูเก็ตเป็นเทือกเขาทอดในแนวเหนือใต้ ภูเขาส่วนใหญ่อยู่ทางทิศตะวันตกมีพื้นที่ประมาณร้อยละ 70 ของเกาะ ซึ่งเป็นแนวกำบังลมและฝน ทำให้ภูเก็ตปลอดภัยจากเขตมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ที่รุนแรง อำเภอกระทุ้ง เป็นที่ราบประมาณร้อยละ 30 ของเกาะ ชายฝั่งด้านตะวันออกมีสภาพเป็นหาดโคลนและป่าชายเลน ส่วนทางทิศตะวันตกเป็นหาดทรายสวยงาม

#### 9.1.4 ลักษณะภูมิอากาศ

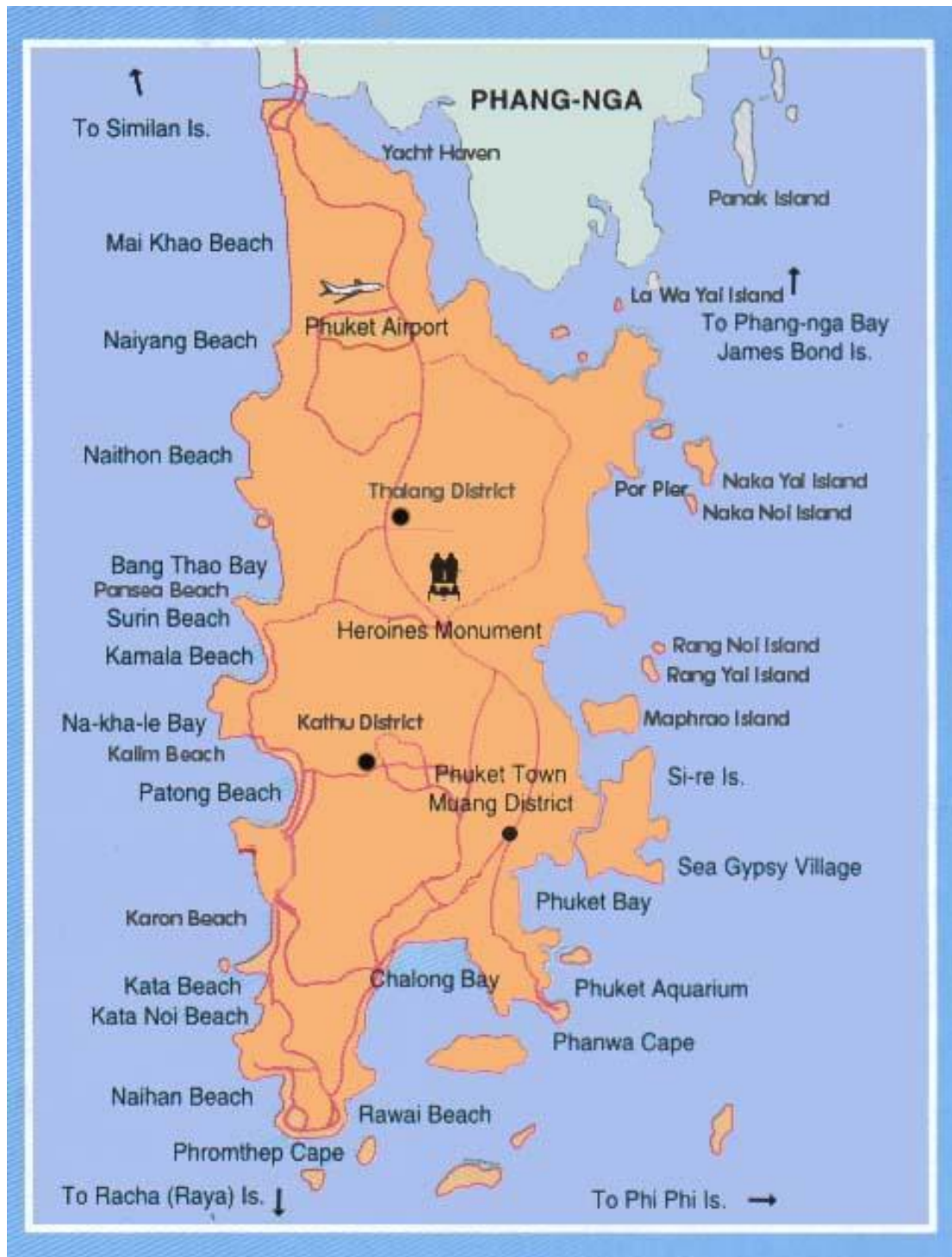
จังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่ใกล้เส้นศูนย์สูตรทำให้อุณหภูมิสูงเกือบตลอดปี แต่เนื่องจากมีทะเลล้อมรอบจึงทำให้อุณหภูมิไม่สูงเกินไป ประกอบกับตั้งอยู่ด้านหน้าเทือกเขาภูเก็ต ซึ่งเป็นด้านรับลมฝนของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ที่พัดมาจากมหาสมุทรอินเดีย ทำให้ฝนตกชุกในฤดูมรสุม จังหวัดภูเก็ตมี 2 ฤดู คือ ฤดูฝนและฤดูแล้ง ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่ปลายเดือนเมษายนถึงปลายเดือนพฤศจิกายน ฝนตกชุกช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ฤดูแล้ง เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคมถึงเดือนมีนาคม เป็นช่วงที่ฝนตกน้อยที่สุด

#### 9.1.5 ทรัพยากรธรรมชาติ

เนื่องจากลักษณะทางธรณีวิทยาและสภาพทางภูมิศาสตร์ ทำให้ภูเก็ตมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาให้เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญ



ก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านเกษตรกรรม การประมง โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว  
ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของภูเก็ตมีดังนี้ ทรัพยากรป่าไม้ ได้แก่ ป่าไม้เขตร้อนชื้น ป่าชายหาด  
ป่าชายเลน ป่าพรุ ทรัพยากรแหล่งน้ำมี 24 แหล่ง คลองบางใหญ่เป็นสายน้ำแหล่งเดียวที่ไหลตลอด  
ทั้งปีและยังมีลำธารต่าง ๆ ที่ไม่ไหลตลอดทั้งปีอีก 118 สาย อ่างเก็บน้ำบางวาดเป็นอ่างเก็บน้ำเพียง  
แห่งเดียวของภูเก็ต จึงทำให้ภูเก็ตขาดแคลนน้ำจืดที่มีคุณภาพสูง ทรัพยากรดิน ชายหาดมีสภาพ  
เป็นหาดทรายขาวสวยงาม ทรัพยากรแร่ธาตุ มีการพบแร่ดีบุกอันนำมาซึ่งการสัมปทานแร่ทั้งบนบก  
และในทะเล



ภาพประกอบที่ 10 แผนที่จังหวัดภูเก็ต  
ที่มา: จังหวัดภูเก็ต. (2549: ออนไลน์).

## ผลิตภัณฑ์ด้านบริการทางการแพทย์

### โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต

#### ข้อมูลทั่วไป

โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตเริ่มเปิดให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติกว่า 127 สัญชาติเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2538 ตั้งอยู่ที่ 2/1 ถ.หงษ์หยกอุทิศ (สามกอง) อ.เมือง ภูเก็ต 83000 ประกอบกิจการโรงพยาบาลเอกชนขนาด 50 เตียงในปีพ.ศ. 2538 และขยายกิจการมีขนาด 200 เตียงในปัจจุบัน สามารถทำรายได้กว่า 800 ล้านบาท โรงพยาบาลภูเก็ตมีแพทย์ พยาบาล และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญกว่า 630 คน

#### ตรวจสอบสุขภาพ

1. โปรแกรมตรวจสอบสุขภาพพื้นฐาน (Basic program) ราคาโปรแกรมปกติ 4,905 บาท ราคาพิเศษ 4,300 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจร่างกายโดยแพทย์ ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ตรวจน้ำตาลในเลือด ตรวจการทำงานของตับ (SGPT, Alkaline phosphatase) ตรวจการทำงานของไต ตรวจไขมันในเลือด ตรวจปัสสาวะ ตรวจอุจจาระ ค่าเอกซเรย์ปอด และค่าตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ

2. โปรแกรมตรวจสอบสุขภาพสำหรับเพศชาย (Caring program: male (Below 40 years)) ราคาโปรแกรมปกติ 10,065 บาท ราคาพิเศษ 8,200 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจร่างกายโดยแพทย์ ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ตรวจน้ำตาลในเลือด ตรวจการทำงานของตับ (SGPT, SGOT, Alkaline phosphatase) ตรวจการทำงานของไต (Creatinine, Bun) ค่าตรวจต่อมไทรอยด์ ตรวจไขมันในเลือด ตรวจเลือดหาเซลล์มะเร็ง ตรวจปัสสาวะ ตรวจอุจจาระ ค่าเอกซเรย์ปอด ค่าตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ และอัลตราซาวด์ช่องท้อง

3. โปรแกรมตรวจสอบสุขภาพสำหรับเพศหญิง (Caring program: female (Below 40 years)) ราคาโปรแกรมปกติ 13,765 บาท ราคาพิเศษ 11,200 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจร่างกายโดยแพทย์ ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ตรวจน้ำตาลในเลือด ตรวจการทำงานของตับ (SGPT, SGOT, Alkaline phosphatase) ตรวจการทำงานของไต (Creatinine, Bun) ค่าตรวจต่อมไทรอยด์ ตรวจไขมันในเลือด ตรวจเลือดหาเซลล์มะเร็ง ตรวจปัสสาวะ ตรวจอุจจาระ ค่าเอกซเรย์ปอด ค่าตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ ค่าอัลตราซาวด์ช่องท้อง ค่าตรวจ Mammogram และค่าอัลตราซาวด์ทรวงอก

4. โปรแกรมตรวจสอบสุขภาพเพิ่มเติมสำหรับเพศชาย (Caring plus program: male (Over 40 years)) ราคาโปรแกรมปกติ 16,825 บาท ราคาพิเศษ 13,500 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจร่างกายโดยแพทย์ ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ตรวจน้ำตาลในเลือด ตรวจการทำงานของตับ (SGPT, SGOT,GGT, Alkaline phosphatase) ตรวจการทำงานของไต (Creatinine, Bun) ค่าตรวจต่อมไทรอยด์ ตรวจไขมันในเลือด ตรวจปัสสาวะ ตรวจ

อุจจาระ ค่าเอกซเรย์ปอด ค่าตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ อัลตราซาวด์ช่องท้อง ค่าตรวจ Exercise stress (EST or ECHO) ค่าตรวจ Alpha-fetoprotein (AFP) และค่าตรวจ Hepatitis profile (HBsAg, Anti-HBs, Anti-HCV, Anti-HAVIgG)

5. โปรแกรมตรวจสุขภาพเพิ่มเติมสำหรับเพศหญิง (Caring plus program: female (Over 40 years)) ราคาโปรแกรมปกติ 20,525 บาท ราคาพิเศษ 16,500 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจร่างกายโดยแพทย์ ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ตรวจน้ำตาลในเลือด ตรวจการทำงานของตับ (SGPT, SGOT,GGT, Alkaline phosphatase) ตรวจการทำงานของไต (Creatinine, Bun) ค่าตรวจต่อมไทรอยด์ ตรวจไขมันในเลือด ตรวจปัสสาวะ ตรวจอุจจาระ ค่าเอกซเรย์ปอด ค่าตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ อัลตราซาวด์ช่องท้อง ค่าตรวจ Exercise stress (EST or ECHO) ค่าตรวจ Alpha-fetoprotein (AFP) ค่าตรวจ Hepatitis profile (HBsAg, Anti-HBs, Anti-HCV, Anti-HAVIgG) ค่าตรวจ Mammogram และค่าอัลตราซาวด์ทรวงอก

6. โปรแกรมตรวจสุขภาพ Love your heart ราคาโปรแกรมปกติ 6,505 บาท ราคาพิเศษ 6,500 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจร่างกายโดยแพทย์ ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ตรวจน้ำตาลในเลือด ตรวจการทำงานของไต (Creatinine) ตรวจเลือด (Cholesterol, Triglyceride, HDL,LDL) ตรวจปัสสาวะ ตรวจอุจจาระ ค่าเอกซเรย์ปอด ค่าตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ และค่าตรวจ Exercise stress (EST or ECHO)

7. โปรแกรมตรวจสุขภาพเกี่ยวกับโรคมะเร็งสำหรับเพศชาย (Check up program for cancer: male (Advance)) ราคาโปรแกรมปกติ 18,600 บาท ราคาพิเศษ 16,000 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจร่างกายโดยแพทย์, ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ค่าตรวจ Blood test for Hepatitis B antigen และAntibody (HBsAg, Anti-HBs, Anti-HCV) ค่าตรวจ Gamma-glutamyl transpeptidase (GGT) ค่าตรวจเลือดสำหรับ cancer of the prostate (PSA) ค่าตรวจเลือดสำหรับ Liver cell tumor marker (AFP) ค่าตรวจเลือดสำหรับ GI Tract tumor marker (CEA) ตรวจปัสสาวะ ตรวจอุจจาระ ค่าเอกซเรย์ปอด ค่า CT-chest และค่า CT-Abdominal

8. โปรแกรมตรวจสุขภาพเกี่ยวกับโรคมะเร็งสำหรับเพศหญิง (Check up Program for Cancer: Female (Advance)) ราคาโปรแกรมปกติ 24,120 บาท ราคาพิเศษ 18,600 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจร่างกายโดยแพทย์ ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ค่าตรวจ Blood test for Hepatitis B antigen และAntibody (HBsAg, Anti-HBs, Anti-HCV) ค่าตรวจ Gamma-glutamyl transpeptidase (GGT) ตรวจการทำงานของตับ (SGPT, SGOT, Alkaline Phosphatase) ค่าตรวจเลือดสำหรับ Liver cell tumor marker (AFP) ค่าตรวจเลือดสำหรับ GI Tract tumor marker (CEA) ตรวจปัสสาวะ ตรวจอุจจาระ ค่าเอกซเรย์ปอด ค่า CT-chest ค่า CT-Abdominal ค่าตรวจ Mammogram และค่าตรวจ ThinPrep PAP Test

### ตรวจร่างกายแบบ MRI มีให้บริการ 2 โปรแกรม

1. A tumor program designed to scan individuals from the head to the pelvis, including the entire spine.

2. A stroke program designed to scan the head and neck using MR angiography (MAR)

แพคเกจพิเศษราคา 60,000 บาท ทำ MRI ในส่วนของ สมอง เนื้อเยื่อช่องท้อง กระดูกเชิงกราน และ L-S spine

### ศูนย์บาดาลเวช (น้ำหนึบ)

ศูนย์บาดาลเวชให้บริการรักษาสำหรับนักดำน้ำที่มีอาการดังต่อไปนี้

- Altered responsiveness
- Weakness / paralysis
- Pain around joints
- Difficulty breathing
- Vision or speech difficulty
- Numbness / tingling sensation
- Rash or blotchy skin
- Other neurological symptoms

และให้การรักษาโดย

- Lay diver down flat
- Provide basic life support
- Provide as near to 100% oxygen as possible
- Give IV fluids (normal saline)
- Perform physical / neurological

### บริการทันตกรรม

มีโปรแกรมการรักษาดังต่อไปนี้ คือ

- บริการทันตกรรมเสริมความงาม ให้บริการเคลือบเซรามิค (Ceramic Inlays and Onlays) 1 ครั้งราคา 9,000 บาท การฟอกสีฟัน (BriteSmile Tooth Whitening) มี 2 โปรแกรม 1) BriteSmile Tooth Whitening 1 ชั่วโมง / ครั้ง ราคา 18,000 บาท 2) Home Whitening incl. plastic tray (14 วันที่บ้าน) 30 นาที / ครั้ง ราคา 6,000 บาท Tooth Coloured Fillings มี 7 โปรแกรม 1) Filling with amalgam (silver) 1 surface ราคา 400-600 บาท / ครั้ง 2) Filling with amalgam (silver) 2 surfaces ราคา 600-800 บาท / ครั้ง 3) Filling with amalgam (silver) 3 surfaces ราคา 900-1,200 บาท / ครั้ง 4) Filling with amalgam (silver) more than 3 surfaces ราคา 1,200-

1,500 บาท / ครั้ง 5) Filling with composite (white material) 1 surface ราคา 800 บาท / ครั้ง 6) Filling with composite (white material) 2 surfaces ราคา 1,000-1,200 บาท / ครั้ง 7) Filling with composite (white material) 3 surfaces ราคา 1,300-1,700 บาท / ครั้ง เคลือบสีฟัน มี 2 โปรแกรม 1) Porcelain Veneer - Empress type ราคา 9,000 บาท / 2 ครั้ง 2) Composite Veneer (lab site) ราคา 3,000-4,000 บาท / 2 ครั้ง

- บริการทำความสะอาดและขัดฟัน

- บริการเปลี่ยนฟัน (Tooth Replacement) มี 4 โปรแกรม 1) Crown / Bridge แบบ non precious ราคา 6,000 / 2-3 ครั้ง แบบ semi precious (50%) ราคา 9,000 บาท / 2-3 ครั้ง แบบ highly precious (85%) ราคา 10,000-12,000บาท / 2-3 ครั้ง 2) Crown (All ceramic) ราคา 9,000 บาท / 2-3 ครั้ง 3) Post & Core - Anterior tooth ราคา 4,000 บาท / 2-3 ครั้ง 4) Post & Core - Posterior tooth ราคา 5,000 บาท / 2-3 ครั้ง

- บริการทำฟันปลอม มี 2 โปรแกรม 1) Removable denture with metal base: Partial denture - Metal framework (Vitalium) ราคา 12,000-15,000 บาท / 5-6 ครั้ง Complete denture (upper or lower) 16,000 บาท / 5-6 ครั้ง 2) Removable denture with acrylic base: First tooth ราคา 1,500 บาท / 3-4 ครั้ง Next tooth (/each) ราคา 400-500 บาท / 3-4 ครั้ง และ Complete denture (upper or lower) ราคา 8,000-10,000 บาท / 5-6 ครั้ง

- บริการรักษารากฟัน (Root Canal Treatment) มีบริการ 3 โปรแกรม 1) Extraction (pull out) / surgical extraction ราคา 400-600 บาท / ครั้ง และ 800-1,200 บาท / ครั้ง 2) Impacted tooth (wisdom tooth) ราคา 2,500-3,500 บาท 3) Dental Implant ราคา 70,000 บาท / 5-6 ครั้ง

นอกจากนี้คลินิกทันตกรรมยังมีบริการอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

#### *Gum treatment*

- Tooth Cleansing and Polishing
- Crown Lengthening
- Root Planning
- Gum Surgery

#### *Tooth straightening (braces)*

#### *Dental care for children*

#### *Oral and maxillofacial surgery*

#### *Dental checkup program with X-ray*

วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์ (2548จ: 48) โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตเป็นโรงพยาบาลนำร่องเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หลังจากที่รัฐบาลประกาศเข้าสู่ตลาดศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเอเชีย โดยนายสุรพงษ์ ลูกหนูมารเจ้า ได้ให้แนวความคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับธุรกิจของโรงพยาบาลว่า ต้องแปลง “สินทรัพย์” เป็น “เฮลท์ เซ็นเตอร์” สร้างจุดขายใหม่ให้

จังหวัดภูเก็ตนอกเหนือจากสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามแล้ว การท่องเที่ยวพักผ่อนต้องพ่วงมากับการดูแลสุขภาพเอาใจใส่เรื่องสุขภาพของนักท่องเที่ยวเองด้วย

จังหวัดภูเก็ตมีการบริการที่เป็นเลิศ ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติ ด้วยที่พักและรีสอร์ทระดับหรูในจังหวัดภูเก็ต ผนวกเข้ากับโปรแกรมการตรวจสุขภาพซึ่งในขณะนี้โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตประกาศตัวเองเป็นคู่แข่งกับประเทศรอบข้าง ได้แก่ สิงคโปร์ ฮองกง และมาเลเซียแล้ว โดยทางโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตได้จัดตั้ง บริษัท ภูเก็ต เฮลท์ แอนด์ ทราเวล จำกัดขึ้น เพื่อทำตลาดเชิงรุกทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเต็มที่

## โรงพยาบาลศิริโรจน์

### ข้อมูลทั่วไป

โรงพยาบาลศิริโรจน์ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2525 และถือเป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งแรกในจังหวัดภูเก็ต ตั้งอยู่เลขที่ 44 ถ.เฉลิมพระเกียรติ ร.9 ต.วิชิต อ.เมือง จังหวัดภูเก็ต 83000 ประกอบกิจการโรงพยาบาลเอกชนขนาด 100 เตียง มีผู้ป่วยเข้ารับการรักษากว่า 1,000 คน ต่อปี

### ตรวจสุขภาพ

1. โปรแกรมตรวจสุขภาพพื้นฐาน (Basic Program) แนะนำสำหรับผู้ใหญ่อายุน้อยกว่า 40 ปี ราคาโปรแกรม 2,100 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจ Vital Signs และตรวจร่างกาย ค่าเอกซเรย์ปอด ค่าตรวจทางห้องปฏิบัติการ (ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ตรวจน้ำตาลในเลือด ตรวจโรคเบาหวาน ตรวจการทำงานของตับ ตรวจไขมันในเลือด ตรวจปัสสาวะ) และค่าแพทย์ผู้ตรวจ

2. โปรแกรมตรวจสุขภาพผู้บริหารชาย (Executive Male Program) ราคาโปรแกรม 8,100 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจ Vital Signs และตรวจร่างกาย ค่าเอกซเรย์ปอด อัลตราซาวด์ช่องท้อง ค่าตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ ค่าตรวจทางห้องปฏิบัติการ (ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ตรวจน้ำตาลในเลือด ตรวจโรคเบาหวาน ตรวจการทำงานของตับ ตรวจไขมันในเลือด ตรวจปัสสาวะ ตรวจอุจจาระ) ตรวจไวรัสตับ ตรวจมะเร็ง และค่าแพทย์ผู้ตรวจ

3. โปรแกรมตรวจสุขภาพผู้บริหารหญิง (Executive Female Program) ราคาโปรแกรม 9,900 บาท โดยมีรายการที่รวมอยู่ในโปรแกรม ได้แก่ ค่าตรวจ Vital Signs และตรวจร่างกาย ค่าเอกซเรย์ปอด อัลตราซาวด์ช่องท้องทั้งหมด ค่าตรวจ Mammogram ค่าตรวจ Cardiac ค่าตรวจหัวใจด้วยคลื่นเสียงสะท้อนความถี่สูง ค่าตรวจทางห้องปฏิบัติการ (ตรวจนับเม็ดเลือดแบบสมบูรณ์ ตรวจน้ำตาลในเลือด ตรวจโรคเบาหวาน ตรวจการทำงานของตับ ตรวจไขมันในเลือดตรวจปัสสาวะ ตรวจอุจจาระ) ตรวจไวรัสตับ ตรวจมะเร็ง และค่าแพทย์ผู้ตรวจ

**ตัวเลือก:** ตัวเลือกต่อไปนี้สามารถเพิ่มเข้าไปในโปรแกรมข้างต้นเพียงเลือกรับการตรวจจากโปรแกรมที่กล่าวมา

- ตรวจฟัน ราคา 200บาท
- ตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ (ECG) ราคา 350 บาท
- ตรวจ Pep Smear และตรวจ Pelvic ราคา 650 บาท
- ตรวจ Mammogram ราคา 1,700 บาท
- ตรวจหัวใจด้วยคลื่นเสียงสะท้อนความถี่สูง ราคา 1,800 บาท
- ตรวจปอด ราคา 750 บาท
- ตรวจหาเชื้อ HIV ราคา 300 บาท
- ตรวจ Hepatitis Virus – HbsAg และ HbsAb, anti-HCV ราคา 550 บาท
- ตรวจ Colonoscopy (ไม่รวม biopsy และค่ายา) ราคา 6,000 บาท
- ตรวจ Gastroscopy (ไม่รวม biopsy และค่ายา) ราคา 4,000 บาท

### บริการทันตกรรม

โรงพยาบาลสิริโรจน์มีบริการทันตกรรมที่ทันสมัย มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัยที่สุดด้านทันตกรรม นอกจากนี้ค่าบริการมีราคาถูกเมื่อเทียบกับประเทศทางตะวันตก โดยที่ไม่มีการลดคุณภาพแต่อย่างใด

- การปกป้องด้านทันตกรรม (เคลือบฟลูออไรด์, การทำ Prophylaxis)
- การทำความสะอาด (Cleaning & deep cleanings)
- เสริมความงาม (การทำ Bonding/tooth colored)
- การฟอกสีฟัน
- การทำ Crowns/Bridges
- การเคลือบเซรามิก
- การทำฟันปลอม
- การทำ Non-Surgical Gum Therapy
- การรักษารากฟัน
- การอุดฟัน

บริการทันตกรรมเปิดให้บริการทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ ตั้งแต่เวลา 09.00-20.00 น. วันเสาร์และอาทิตย์ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น.

### ศัลยกรรมทั่วไป

ในการบริการผ่าตัดศัลยกรรมทั่วไปนั้น โรงพยาบาลสิริโรจน์มีบริการศัลยกรรมโรคกระดูกและข้อ ศัลยกรรมสำหรับเด็ก ศัลยกรรม ENT ศัลยกรรมตา ศัลยกรรมเสริมความงาม ศัลยกรรมผ่าตัดประสาท

บริการศัลยกรรมทั่วไปนั้นประกอบด้วย 9 บริการหลัก ซึ่งมีทีมศัลยแพทย์ของโรงพยาบาลเป็นผู้ให้บริการ

- การผ่าตัดเกี่ยวกับระบบทางเดินทางอาหาร (ระบบลำไส้ รวมไปถึงริดสีดวง)



- การผ่าตัดบริเวณท้องน้อย (รวมไปถึง ตับ ถุงน้ำดี ไต และตับอ่อน)
- การผ่าตัดหน้าอก ผิวหนัง ไข้เลื่อน และเนื้อเยื่อ
- การผ่าตัดศีรษะและคอ (ส่วนมากจะเป็นเนื้องอก)
- การผ่าตัดที่เกี่ยวกับเส้นเลือด
- การผ่าตัดระบบ Endocrine (glands)
- การผ่าตัด oncology (มะเร็ง)
- Comprehensive management of trauma
- Complete care of critically ill patients

บริการศัลยกรรมให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

### ศัลยกรรมเสริมความงาม

โรงพยาบาลสิริโรจน์มีความพร้อมด้านบริการศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีแพทย์และทีมงานผู้เชี่ยวชาญที่จะทำให้ผู้ป่วยได้รับความมั่นใจในผลการรักษาอย่างที่คาดหวังไว้ บริการศัลยกรรมเสริมความงามมีดังต่อไปนี้

- ศัลยกรรมเสริมความงาม
- ศัลยกรรมตักแต่งดั้งหน้า (Rhytidectomy)
- ศัลยกรรมตักแต่งหนังตา
- ศัลยกรรมตักแต่งเสริมจมูก (Augmentation rhinoplasty)
- ศัลยกรรมตักแต่งฉีดคางและแก้ม
- ศัลยกรรมผ่าตัดเสริมทรวงอก
- ศัลยกรรมตักแต่งลดขนาดทรวงอก
- ศัลยกรรมตักแต่งดูดไขมันบริเวณหน้าท้อง (Abdominoplasty)
- การทำ Liposuction
- การปลูกผม
- ศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ (Sex reassignment surgery)

บริการศัลยกรรมเสริมความงามให้บริการตามกำหนดการนัด

### ศูนย์การแพทย์แผนโบราณ (Traditional health care)

ศูนย์การแพทย์แผนโบราณที่โรงพยาบาลสิริโรจน์ให้บริการรักษาและส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งยังมีการใช้สมุนไพรจีน การฝังเข็ม การนวด และการบำบัดด้วยแก้ว ในการรักษาด้วย การรักษาด้วยแพทย์แผนโบราณนี้สามารถรักษาอาการปวดหัว ไมเกรน ปวดหลัง ข้อต่อ และความเจ็บปวดในส่วนอื่นๆ ของร่างกาย รวมไปถึงการเลิกสูบบุหรี่ ซึ่งมีรายการ การให้บริการดังต่อไปนี้

- การฝังเข็ม (Acupuncture)
- การนวดแบบจีน (Chinese massage)
- การบำบัดด้วยแก้ว (Cupping)

- สมุนไพร (Herbal medicines) ซึ่งสมุนไพรเหล่านี้สามารถใช้เพื่อรักษาโรคได้ดังต่อไปนี้  
โรคภูมิแพ้และหอบหืด โรคไขข้ออักเสบ ปวดหลัง โรคกระเพาะปัสสาวะและไต ท้องผูก ท้องร่วง  
อาการหน้ามืด ตึดยา เลิกสูบบุหรี่ ปวดหัวไมเกรน ความดันโลหิตสูง บรรเทาอาการปวด อัมพาต  
หมดสติ โรคเกี่ยวกับสะโพก โรคผิวหนัง อาการบาดเจ็บจากการเล่นกีฬา เคล็ดขัดยอก ลดน้ำหนัก  
 ฯลฯ

ที่ศูนย์การแพทย์แผนโบราณนี้มี Dr.Wang Fengyao ซึ่งจบการศึกษาจาก Tianjin University ที่ประเทศจีน และได้รับใบรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้ให้การรักษา ศูนย์การแพทย์แผนโบราณนี้เปิดให้บริการทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 09.00-14.00 น.

#### ศัลยกรรมผ่าตัดตา

ให้บริการดังต่อไปนี้

- Comprehensive vision testing
- การตรวจวัดสายตา (Full eye examination service)
- การศัลยกรรมผ่าตัดใหญ่และเล็ก
- การผ่าตัด Oculoplastic
- การผ่าตัดต้อกระจก (Cataract surgery / artificial intraocular lens)

เปิดให้บริการทุกวันจันทร์และวันพุธ เวลา 14.30-17.30 น.และวันอาทิตย์ถึง

วันพฤหัสบดี เวลา 09.00-12.00 น.

#### สูตินารีเวช

การให้บริการของแผนกสูตินารีเวชนั้นมีบริการดังต่อไปนี้

- Antenatal care
- Fetal assessment
- คลินิกวัยทอง (Menopause clinic)
- Gynecology and Gynecology Surgery
- High-risk obstetrics
- Fully equipped labor and delivery rooms
- Fully equipped delivery and caesarian section suites
- Continuous fetal heart monitoring
- Nursery

เปิดให้บริการทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 08.00-14.30 น.

วันเสาร์ เวลา 08.00-12.00 น. และวันอาทิตย์ เวลา 16.30-19.30 น.

(โรงพยาบาลสิริโรจน์: ออนไลน์)

โรงพยาบาลสิริโรจน์เป็นโรงพยาบาลเอกชนซึ่งนอกจากจะมีนโยบายให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปแล้ว ยังมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกด้วย จะเห็นได้จากการใช้ชื่อโรงพยาบาลเป็นภาษาอังกฤษ “International Phuket Hospital”

โรงพยาบาลสิริโรจน์เป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีจุดขาย คือ มาตรฐานการบริการเทียบเท่าประเทศที่พัฒนาแล้วแต่ราคาต่ำกว่า นอกจากนี้โรงพยาบาลยังมีบุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญ มีห้องผ่าตัดที่ปลอดภัย ปราศจากเชื้อโรค

วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์ (2548จ: 48-49 บทสัมภาษณ์ อนุรักษ์ ธารสิริโรจน์) ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการโรงพยาบาลสิริโรจน์ อนุรักษ์ ธารสิริโรจน์ ได้กล่าวถึงนโยบายทางการตลาดของโรงพยาบาลว่า จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยปกติก็รับการรักษายาบาลนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยขณะมาพักที่ภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงอยู่แล้ว แต่ด้วยทางโรงพยาบาลมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญในเรื่องการผ่าตัดแปลงเพศ และมีการบอกต่อกัน ทำให้โรงพยาบาลสิริโรจน์มีชื่อเสียงในกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยอีกทางหนึ่ง

### โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต ข้อมูลทั่วไป

โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ตก่อตั้งขึ้นที่จังหวัดภูเก็ตกว่า 65 ปี โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต เป็นหนึ่งในกว่า 400 สถาบันทางการแพทย์ทั่วโลก ซึ่งดำเนินงานโดยคริสตจักรเซเว่นธ์เดย์แอ๊ดเวนตีส (คริสตจักรวันเสาร์) สถาบันทางการแพทย์ของคริสตจักรนี้มีจุดประสงค์เพื่อช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ สอนให้ทุกคนได้รู้จักรักษาสุขภาพของตนเองและเพื่อประกาศให้ทุกคนได้เรียนรู้และรับทราบถึงความรักอันยิ่งใหญ่ของพระเจ้า ตั้งอยู่เลขที่ 4/1 ถ.เทพกระษัตรี ถ.รัชฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต 8300 โดยมีสโลแกนว่า "ความประทับใจที่แตกต่าง" ระยะเวลากว่า 65 ปีที่ผ่านมาได้บ่งบอกถึงการรักษาแบบองค์รวมของโรงพยาบาลมิชชั่นอย่างแท้จริง และความโดดเด่นในเรื่องการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพของประชาชน ทำให้กลายมาเป็นแนวทางการดูแลผู้ป่วยที่สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบันและประกอบกับการปรับปรุงอาคารสถานที่ พฤติกรรมการบริการแบบ SHARE ทำให้โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ตแตกต่างจากโรงพยาบาลอื่น ๆ สมดั่งกับสโลแกนของชาวมิชชั่นที่ว่า "Experience the Difference".

ทางโรงพยาบาลได้ให้บริการทางการแพทย์โดยแบ่งเป็นคลินิกต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### คลินิกสูติ – นรีเวช

1. คลอดแบบหม่าจ่าผู้ป่วยทั่วไป
2. คุณแม่ที่ใช้สิทธิประกันสังคม สามารถใช้สิทธิได้ตามที่สำนักงานประกันสังคม

กำหนด

3. ตรวจปากมะเร็งปากมดลูกแบบใหม่ Thin Prep
4. ตรวจหามะเร็งเต้านมโดยสูติ นรีแพทย์
5. ตรวจเช็คเนื้องอกในมดลูก
6. สูติ – นรีเวชทั่วไป
7. ภาวะการมีบุตรยากและฮอร์โมน
8. มะเร็งทางนรีเวช
9. เวชศาสตร์มารดาและทารกในครรภ์

ให้บริการตรวจรักษาตลอดจนการให้คำแนะนำโดย สูติแพทย์ที่มีความชำนาญ เชี่ยวชาญ ตลอดจนการเตรียมเครื่องมือที่ทันสมัยซึ่งประกอบด้วยทีมงานสูติกรรมและนรีเวช

*ฝากครรภ์ทำคลอด* บริการให้คำแนะนำในการเตรียมความพร้อมของคุณแม่ ตั้งครรภ์ โดยจัดให้มีการอบรมถึงกลไกการคลอด การเตรียมตัวก่อนคลอดเพื่อลดความกังวลและให้ความรู้กับคุณแม่มือใหม่ ตลอดจนดูแลทารกในครรภ์โดยเริ่มตั้งแต่คุณแม่ทราบว่ามี การตั้งครรภ์ จนกระทั่งคุณแม่คลอดเพื่อความสมบูรณ์ปลอดภัยทั้งคุณแม่และบุตรน้อย โดยทีมงานของ สูติแพทย์และทีมงานพยาบาลที่มีความชำนาญ ซึ่งคุณแม่สามารถเตรียมงบประมาณล่วงหน้าได้โดย ทางโรงพยาบาลมีบริการคลอดแบบประหยัด ทั้งคุณแม่ที่ใช้สิทธิประกันสังคมและคุณแม่ที่ใช้สิทธิ อื่น ๆ

*บริการตรวจและให้คำปรึกษาก่อนแต่งงาน* เพื่อให้คู่สมรสรู้จักวิธีการดูแลสุขภาพอย่าง ถูกต้องในการเตรียมความพร้อมก่อนใช้ชีวิตคู่ร่วมกัน ตลอดจนการวางแผนครอบครัว กรณีเพื่อ เตรียมความพร้อมในการมีลูก สูติแพทย์จะให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อตรวจรักษา เพื่อให้ลูกน้อยที่เกิด มามีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์

*คลินิกมีบุตรยาก* บริการให้คำแนะนำคุณพ่อคุณแม่ที่แต่งงานแล้ว 1 ปีขึ้นไป โดยไม่ได้ คู่มีกำเนิด แต่ยังไม่มียูก เพื่อหาสาเหตุตลอดจนการวางแผนในการมีลูกน้อย โดยสูติแพทย์ที่ เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา

*คลินิกมะเร็งในสตรี* บริการตรวจและวิเคราะห์ค้นหาสาเหตุทางพยาธิสภาพของโรค และ การใช้เครื่องมือโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา

*คลินิกสตรีวัยทอง* บริการสำหรับสตรีวัยใกล้หมดประจำเดือน หรือวัยหมดประจำเดือน ซึ่งร่างกายจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากขาดฮอร์โมนซึ่งอาจเกิดจากรังไข่ทำงานน้อยลง หรือรัง ไข่ไม่ทำงาน ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคแทรกซ้อนได้ ซึ่งจะมีสูติแพทย์ที่มีความชำนาญให้การตรวจ และให้คำปรึกษาแนะนำในการปฏิบัติเพื่อการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข เมื่อเข้าวัยหมดประจำเดือน

คลินิกโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ บริการตรวจรักษา วิเคราะห์สาเหตุของโรค ตลอดจนให้คำปรึกษา

### คลินิกศัลยกรรม

1. ศัลยกรรมทั่วไป
2. ศัลยกรรมเด็ก
3. ศัลยกรรมลำไส้ใหญ่และทวารหนัก
4. ศัลยกรรมกระดูกและข้อ
5. หัตถการเล็กใหญ่

งานบริการตรวจรักษาด้านศัลยกรรมมีแพทย์เฉพาะ

**ศัลยกรรมทั่วไป** ให้บริการรักษาผู้ป่วยที่เป็นโรคเกี่ยวกับทางด้านศัลยกรรม เช่น ผู้ป่วยเป็นริดสีดวงทวาร Cyst และก้อนเนื้องอก ทำหมันชาย ขลิบปลายอวัยวะเพศ (Circumcision) ไล่เลื่อน นิ้ว (ในถุงน้ำดี) ไล่ตั้ง ผีหรือหนองที่ต้องผ่าตัด ผ่าทศสูตร

**ศัลยกรรมเพื่อการรักษา** เช่น ให้บริการรักษาเกี่ยวกับการผ่าตัด ตบแต่ง และแก้ไขในสิ่งที่ผู้ป่วยประสบในอวัยวะสำคัญในการดำรงชีวิต เช่นตบแต่งมือหรืออวัยวะอื่นๆ กรณีอุบัติเหตุต่าง ๆ ตัดไฟ กรณีวินิจฉัยว่าเป็นเนื้อร้าย ตบแต่งเพดานโหว่

**ศัลยกรรมระบบทางเดินปัสสาวะ** ให้บริการรักษาผู้ป่วยที่มีปัญหาเกี่ยวกับระบบทางเดินปัสสาวะ ท่อไต ไต โดยให้รักษาด้วยยาและการผ่าตัดเช่นส่องกล้องดูนิ่วในท่อทางเดินปัสสาวะ (Cystoscope) ผ่าตัดนิ่วในอวัยวะต่างๆ ผ่าตัดท่อไต (Uritherotomy) ผ่าตัดไต (Nephecto) ผ่าตัดต่อมลูกหมาก (T.U.R.)

### คลินิกอายุรกรรม

คลินิกอายุรกรรม ให้บริการดูแลรักษาปัญหาสุขภาพของผู้ป่วยตั้งแต่ภาวะเจ็บป่วยเฉียบพลัน จนถึงเจ็บป่วยเรื้อรังต่าง ๆ อย่างครบวงจรโดยทีมแพทย์ด้านอายุรกรรมที่ได้รับวุฒิปัตร์จากแพทยสภาและเฉพาะสาขา

### คลินิกกุมารเวช

1. กุมารเวชทั่วไป
2. ทารกแรกเกิด

3. โรคระบบทางเดินอาหารในเด็ก
4. ภูมิแพ้และหอบหืดในเด็ก
5. พิษวิทยาในเด็ก

ให้บริการตรวจรักษาและส่งเสริมภูมิคุ้มกันโรคในเด็ก ส่งเสริมและพัฒนาการ การเจริญเติบโตให้เป็นไปอย่างเหมาะสมโดยกุมารแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

การดูแลทารกแรกเกิด ให้บริการตรวจสุขภาพในทารกแรกเกิด รวมถึงให้คำแนะนำในการดูแลทารกในแต่ละช่วงวัย

การดูแลเด็กที่เป็นโรคภูมิแพ้ – หอบหืด ให้บริการตรวจรักษาและทดสอบภูมิแพ้ (Pitch Test)

โรคทางเดินอาหารในเด็ก ให้บริการตรวจรักษาและแนะนำในการดูแลผู้ป่วยเด็กเฉพาะทาง

จิตเวชเด็กและพัฒนาการ โดยทีมงานจิตแพทย์เด็ก รวมถึงการฝึกพูด แก้ไขเด็กสมาธิสั้นและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ให้มีความเหมาะสมตามวัย

#### คลินิกหู คอ จมูก

1. โรคหู คอ จมูกทั่วไป
2. โรคเวียนศีรษะ
3. โรคไทรอยด์
4. โรคจมูกและไซนัส
5. การใส่เครื่องช่วยฟัง

คลินิกโสต ศอ นาสิก (หู คอ จมูก) ให้การวินิจฉัย ตรวจรักษาและผ่าตัดโรคทาง หู คอ จมูก ศีรษะและใบหน้า ตรวจการได้ยิน ตรวจวัดความดันของหูชั้นกลาง ตรวจการทำงานด้านสมอง (Brain) สามารถตรวจการได้ยินในเด็กเล็ก ผ่าตัดหู และผ่าตัดโรคทางจมูกและไซนัส

#### คลินิกตา

1. จักษุวิทยาทั่วไป
2. โรคกระจกตาและการผ่าตัดแก้ไขสายตาสั้นผิดปกติ
3. โรคประสาทจอตา

4. โรคต่อกระดูกตรวจรักษาโรคตาทั่วไป โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง และ เครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัยครบครัน
5. โรคกล้ามเนื้อตา บริการตรวจรักษาและผ่าตัด โรคทางกล้ามเนื้อตา (ตาเข ตา เหล่) ทั้งในเด็กและผู้ใหญ่
6. โรคตาในผู้สูงอายุ บริการตรวจและติดตามการรักษา
7. โรคตาในเด็ก บริการตรวจรักษาโรคสายตาสั้นผิดปกติ ตาขี้เกียจ ตาเข ตาเหล่
8. ตรวจวัดสายตาและคอนแทคเลนส์

### รังสีวินิจฉัย

1. การถ่ายภาพเอกซเรย์ทั่วไป
2. การตรวจระบบทางเดินอาหาร ( GT )
3. การตรวจระบบทางเดินปัสสาวะ ( IVP )
4. การตรวจวินิจฉัยด้วยคลื่นเสียงสะท้อน ( Ultrasound )
5. การตรวจเอกซเรย์เพื่อจัดฟัน (Othopan)

บริการตรวจทางรังสีวิทยา มีรังสีแพทย์ นักรังสีเทคนิคและเจ้าหน้าที่เอกซเรย์ให้บริการผู้ป่วยตาม แพทย์สั่ง ประกอบการวินิจฉัยโรคและดำเนินการรักษาให้กับผู้ป่วย

### กายภาพบำบัด

กายภาพบำบัดเป็นการบริการด้านการส่งเสริม ป้องกันและรักษา รวมทั้งฟื้นฟูสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจโดยวิธีการตามหลักทางวิทยาศาสตร์และการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ทาง กายภาพ โดยมีเป้าหมายให้ผู้ป่วยมีการคืนสภาพร่างกายให้ได้มากที่สุดหลังจากเกิดอาการผิดปกติ และสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ การให้บริการ สามารถแบ่งประเภทตามโรคของผู้ป่วย ได้ดังนี้

1. Orthopedics group ได้แก่ กระดูกหัก ข้อติด กล้ามเนื้ออักเสบ ติดเชื้อในข้อ เป็นต้น
2. Neurology group ได้แก่ อัมพฤกษ์ อัมพาต เส้นประสาทอักเสบ ความผิดปกติ ของระบบประสาทต่าง ๆ
3. Chest group ได้แก่ ระบบทางเดินหายใจอุดตัน ปอดบวม หอบ ระบบทางเดิน หายใจล้มเหลว เป็นต้น
4. Other group ได้แก่ การออกกำลังกายของมารดา ก่อนและหลังคลอด ความ ผิดปกติของเด็กแรกเกิดหรือเด็กที่มีภาวะสมองพิการ

เวลาเปิดบริการ อาทิตย์-พฤหัสบดี 08.00-16.00 น. ศุกร์ 08.00-12.00 น. / เสาร์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ปิดดำเนินการ

### ตรวจสุขภาพประจำปี

การตรวจสุขภาพประจำปีเป็นการบริการเชิงรุกในการส่งเสริมสุขภาพ โดยทีมแพทย์ พยาบาล ดูแลผู้มารับบริการได้อย่างทั่วถึง เป็นศูนย์ตรวจสุขภาพที่มีอุปกรณ์ทันสมัย ให้ผลการตรวจที่รวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำ นอกจากนี้ ยังมีบริการตรวจสุขภาพนอกสถานที่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ โรงแรม บริษัท ห้างร้าน ที่ต้องการตรวจสุขภาพประจำปีให้กับพนักงาน โดยมีทีมพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ผู้เชี่ยวชาญพร้อมให้คำแนะนำและคำปรึกษาปัญหาด้านสุขภาพภายหลังการตรวจ

#### ตรวจสุขภาพภายในโรงพยาบาล

1. ตรวจสุขภาพประจำปี
2. ตรวจสุขภาพเพื่อไปต่างประเทศ
3. ตรวจสุขภาพเพื่อทำประกันชีวิต
4. ตรวจสุขภาพก่อนเข้าทำงาน
5. ตรวจสุขภาพก่อนสมรส และก่อนมีบุตร

#### ตรวจสุขภาพนอกสถานที่

1. ตรวจสุขภาพประจำปี พนักงานโรงแรม บริษัท ห้างร้านต่าง ๆ ตรวจสุขภาพประจำปี บุคลากรทางการศึกษา ในวิทยาลัย โรงเรียนต่าง ๆ
2. ตรวจสุขภาพประจำปี บุคลากรทางการศึกษา ในวิทยาลัย โรงเรียนต่าง ๆ

### บริการรถพยาบาลฉุกเฉินและรถพยาบาลประจำการ

บริการรถพยาบาลฉุกเฉิน พร้อมทีมแพทย์และพยาบาลเพื่อรับ – ส่งผู้ป่วยในเขตจังหวัดภูเก็ตและทั่วไปตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงให้บริการ Ambulance Standby ในกิจกรรมต่างๆ ของทั้งหน่วยงานราชการและเอกชน

### ห้องตรวจปฏิบัติการ

บริการทางห้องปฏิบัติการ (LAB) นักเทคนิคการแพทย์พร้อมด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย สามารถแปลผลการตรวจทางห้องปฏิบัติการได้อย่างรวดเร็วแม่นยำ เปิดให้บริการ



ตลอด 24 ชั่วโมง ให้บริการตรวจวิเคราะห์ ทั้งการวิเคราะห์ทางเคมี ทางพยาธิวิทยา และการตรวจเพาะเชื้อ

### คลินิกทันตกรรม

1. ทันตกรรมทั่วไป
2. ทันตกรรมใส่ฟันปลอม
3. ทันตกรรมรักษาโรคเหงือก
4. ทันตกรรมรักษารากฟัน
5. ทันตกรรมจัดฟัน
6. ทันตกรรมเด็ก
7. เคลือบฟลูออไรด์
8. ถอน อุด ขูดหินปูน

(โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต: ออนไลน์)

โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต เป็นโรงพยาบาลเอกชนในเครือโรงพยาบาล Adventist ทั่วโลก (Part of worldwide SDA healthcare network) บริหารงานโดยมูลนิธิคริสเตียนเมดิคอลแอดเวนติสต์ ซึ่งมีพันธกิจหลัก คือ การช่วยเหลือสังคมเป็นหลัก โดยเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร และมีนโยบายให้บริการแก่ประชาชนในท้องถิ่น รวมถึงนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย สำหรับการรักษาพยาบาลพื้นฐานทั่วไป

วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์ (2548ฉ: 44-45 บทสัมภาษณ์ สมชาย ชื่นจิต) ได้ทำการสัมภาษณ์รองผู้อำนวยการโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต สมชาย ชื่นจิตได้กล่าวถึงนโยบายทางการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต มีนโยบายให้บริการประชาชนในท้องถิ่นเป็นหลัก โดยเข้าร่วมเป็นเครือข่ายโรงพยาบาลประกันสังคมของสำนักงานประกันสังคม ซึ่งในปัจจุบันโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งเดียวในจังหวัดภูเก็ตที่มีกลุ่มผู้ใช้บริการเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมเป็นหลัก ในส่วนตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้น ทางโรงพยาบาลมีนโยบายให้บริการให้การรักษาพยาบาลดังเช่นประชาชนทั่วไป ไม่ได้มีนโยบายตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรงแต่อย่างใด

## 10. แผนยุทธศาสตร์จังหวัดภูเก็ต

### 10.1 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2548-2551

#### วิสัยทัศน์

ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก มีคุณภาพชีวิตที่ดีมีเอกลักษณ์วัฒนธรรม  
และมีการพัฒนาที่ยั่งยืน

#### ศักยภาพการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต

##### ตาราง 4 ศักยภาพการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก</li> <li>2) ทรัพยากรมนุษย์มีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนา</li> <li>3) มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม</li> <li>4) มีฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและหลากหลาย</li> <li>5) มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>6) มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม</li> <li>2) ความปลอดภัยและการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว</li> <li>3) การมีส่วนร่วมของประชาชนและจิตสาธารณะ</li> <li>4) การควบคุมและรักษาระดับมาตรฐานการให้บริการ</li> <li>5) การพึ่งพาแรงงานต่างด้าว</li> </ol>
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยว</li> <li>2) การเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้สูงอายุ</li> <li>3) การเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(การท่องเที่ยว ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)</li> <li>4) การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมประมง</li> <li>5) รัฐให้การสนับสนุน</li> <li>6) กระแสโลกเรื่องสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ความผันผวนทางเศรษฐกิจโลก</li> <li>2) การก่อการร้ายสากลความขัดแย้งระหว่างประเทศ และโรคระบาด เช่น โรคซาร์ส</li> <li>3) กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่ล้าสมัย</li> <li>4) ความล้าสมัยในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง</li> </ol>

ที่มา: แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2548-2551 (ออนไลน์).

โดยสรุปแล้วศักยภาพและโอกาสการพัฒนาของจังหวัดภูเก็ตจะอยู่ที่การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการได้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจจากนโยบายของรัฐบาลในเรื่อง Land Bridge

## เป้าประสงค์การพัฒนาจังหวัด

ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีเอกลักษณ์วัฒนธรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ได้กำหนดเป้าประสงค์ในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวร้อยละ 10 ต่อปีจากฐานข้อมูลพื้นฐานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2545 จำนวน 3 ล้านกว่าคน คาดว่าเมื่อสิ้นปี 2550 จะมีนักท่องเที่ยวเข้าสู่จังหวัดภูเก็ต 5 ล้านกว่าคน สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นถึง 1 แสนล้านบาท

อัตราเฉลี่ยระยะเวลาพำนักเพิ่มขึ้น 6.5 วันและรายจ่ายของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 5,937 บาท/คน/วัน โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 ต่อปีจากข้อมูลพื้นฐานการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ปี พ.ศ. 2545 รายจ่ายของนักท่องเที่ยวจำนวน 3,641 บาท/คน/วัน

เพื่อเป็นการรองรับแผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจภาคใต้ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในการใช้ประโยชน์ด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เพื่อเชื่อมโยงภาคใต้กับภูมิภาคเอเชียและกลุ่มจังหวัด รวมทั้งการเตรียมการรับยุทธศาสตร์ด้านพลังงานและ Land Bridge ของรัฐบาล จึงได้กำหนดเป้าประสงค์ในการเตรียมความพร้อมพื้นที่เพื่อรองรับประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจเอเชียใต้ของยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน (ภูเก็ต กระบี่ พังงา) โดยเฉพาะการมีผังเมืองเฉพาะ 8 ผังบังคับใช้ การจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดหาแหล่งน้ำอุปโภคบริโภครองรับพื้นที่พัฒนา การยกระดับคุณภาพชีวิต และการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

สำหรับการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในพื้นที่เชื่อมโยงการพัฒนาสู่พื้นที่ด้อยโอกาส ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจภาคใต้นั้น จังหวัดภูเก็ตได้กำหนดเป้าประสงค์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภาคเกษตร (การประมง) ที่เชื่อมโยงกับทรัพยากรท้องถิ่น เช่น การสร้างเครือข่ายผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง ซึ่งนอกเหนือจากจะมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตแล้วยังหวังผลที่จะให้เกิดการนำผลผลิตเหล่านี้ไปจำหน่ายยังกลุ่มประเทศเอเชียใต้ด้วย

## ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนา และแนวทางการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1:** การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต (Positioning Tourism City) โดยกำหนดเป็น Beach Resort ในกลุ่มลูกค้าที่มีคุณภาพ

### แนวทางการพัฒนา

- 1) การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ภูเก็ต
- 2) จัดทำและบริหารระบบข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
- 3) การทำการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2:** ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัดภูเก็ต

### แนวทางการพัฒนา

1) สร้างความแตกต่าง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยว (Increase Value from Tourism) โดยเน้นด้านต่าง ๆ ดังนี้

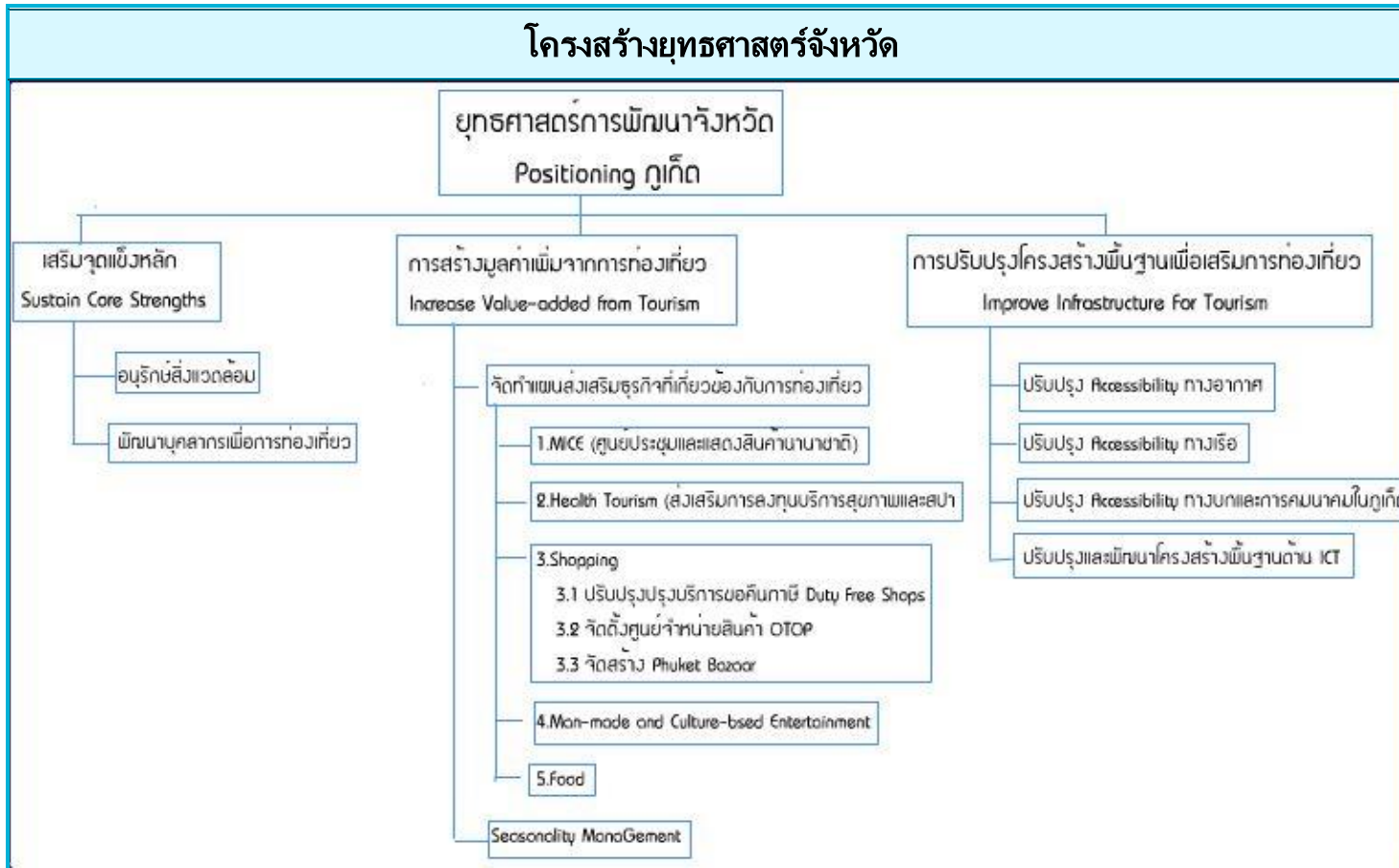
- ก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสำหรับธุรกิจ (MICE)
- การส่งเสริมให้ภูเก็ตเป็นศูนย์บริการสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (International medical service, Health service and spa health tourism)
- พัฒนาภูเก็ตเป็นสวรรค์ของการช้อปปิ้งนานาชาติ (Shopping Paradise, OTOP Bazaar)
- ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงที่สอดคล้องกับ positioning ของภูเก็ต
- ส่งเสริมการใช้จุดเด่นเรื่องอาหารในการพัฒนาการท่องเที่ยวของภูเก็ต
- การจัดการให้มีการท่องเที่ยวตลอดฤดูกาล (Seasonality) โดยร่วมมือกันอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนล่วงหน้า และไม่ใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพียงอย่างเดียว

2) เสริมจุดแข็งของภูเก็ต คือ หาดทราย ชายทะเลที่สวยงาม (Beach) และการมีอัธยาศัยไมตรีที่อบอุ่น (Hospitality) เพื่อคงความยั่งยืน (Sustain) การท่องเที่ยวของภูเก็ต (Generate sustainable tourist income)

- การวางผังเมืองและการบังคับใช้พื้นที่ (Zoning)
- การรักษาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทางสังคมและทางทัศนียภาพของภูเก็ต
- การกระตุ้นจิตสำนึกของประชาชนในภูเก็ตในความเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และรักษาสิ่งแวดล้อม
- การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในภูเก็ตทุกประเภททุกระดับโดยความร่วมมือระหว่างสถาบันศึกษากับผู้ประกอบการ
- การผลิตบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

3) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน (Strengthen infrastructure) โดยเน้น

- เพิ่มความสะดวกในการเดินทางทางอากาศ
- ปรับปรุงความสะดวกในการเดินทางทางเรือ
- ปรับปรุงการเดินทางทางบก
- วางแผนและบริหารการเดินทางทั้งระบบ
- ส่งเสริมศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT



ภาพประกอบ 11 โครงสร้างยุทธศาสตร์จังหวัดภูเก็ต

ที่มา: แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2548-2551 (ออนไลน์).

## 10.2 แผนยุทธศาสตร์ด้านบริการทางการแพทย์จังหวัดภูเก็ต

เพื่อเป็นการตอบสนองยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพเอเซีย จังหวัดภูเก็ตจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การสนับสนุนและส่งเสริมให้ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในระดับนานาชาติ (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. 2545ก: 7-8) ขึ้นเป็นยุทธศาสตร์ที่ 6 ของการพัฒนาด้านสาธารณสุข อนามัย และคุณภาพชีวิต โดยมีมาตรการดำเนินการคือ

1. ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
2. ส่งเสริมและสร้างทางเลือกแก่ประชาชนในการพัฒนาศักยภาพด้านการแพทย์แผนไทย
3. พัฒนาโรงพยาบาลภาครัฐและเอกชนให้เป็นโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพและสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
4. ส่งเสริมให้มีการลงทุนด้านบริการสุขภาพ สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

10.2.1 ศักยภาพของระบบสาธารณสุขภูเก็ต: ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. 2545ข: 7-8)

10.2.1.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐานสาธารณสุข ภูเก็ตมีโรงพยาบาลของรัฐ 3 แห่ง เป็นโรงพยาบาลทั่วไป 522 เตียง โรงพยาบาลชุมชน 60 เตียง 2 แห่ง มีสถานีนอนามัย 21 แห่ง โรงพยาบาลเอกชน 4 แห่ง 229 เตียง คลินิกเอกชน สาขาเวชกรรมแผนปัจจุบัน 82 แห่ง คลินิกแผนไทย 4 แห่ง คลินิกทันตกรรม ชั้นหนึ่ง 34 แห่ง ร้ายขายยาแผนปัจจุบัน 81 แห่ง แผนปัจจุบันบรรจุเสร็จ 20 แห่ง แผนโบราณ 7 แห่ง

## 10.2.1.2 ด้านทรัพยากรสาธารณสุข

ตาราง 5 จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ สาธารณสุขและอัตราส่วนต่อประชากร ภูเก็ต ปีพ.ศ. 2545

ประเภท	จำนวนบุคลากรจังหวัดภูเก็ต			อัตราส่วนบุคลากรต่อประชากร		
	ภาครัฐ	เอกชน	รวม	ภูเก็ต	ภาคใต้	ประเทศ
แพทย์	73	82	145	1:1,700	1:4,888	1:3,394
ทันตแพทย์	10	14	24	1:4,375	1:25,664	1:15,294
เภสัชกร	32	59	91	1:1,930	1:13,382	1:10,157
พยาบาลวิชาชีพ	533	171	704	1:655	1:973	1:95
แพทย์แผนไทย	2	10	13	1:20,508		
เภสัชกรแผนไทย	0	23	23	1:11,591		

ที่มา: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. (2546). จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ สาธารณสุขและอัตราส่วนต่อประชากร ภูเก็ต ปี 2545. การสาธารณสุขเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต.

10.2.1.3 ด้านมาตรฐานการบริการรักษาพยาบาล Medical Center : ภาคเอกชน โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในการเป็น Medical Center กล่าวคือ มีศูนย์แพทย์ที่ทันสมัย มีบริการที่สมบูรณ์แบบ พร้อมด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทุกสาขา มีการจัดตั้งศูนย์การแพทย์เพื่อให้การรักษาเฉพาะโรคหลายด้าน เช่น ศูนย์อุบัติเหตุ ที่สามารถให้บริการผู้ป่วยอุบัติเหตุได้ทันที มีห้องฉุกเฉินเปิดรับผู้ป่วยทุกแผนกตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมอุปกรณ์ช่วยชีวิต และอุปกรณ์สื่อสารสำหรับการติดต่อประสานงานกับรถพยาบาลของศูนย์ และมี ศัลยแพทย์ทุกสาขา วิทยุแพทย์ และศัลยแพทย์ทางสมองและประสาท ศูนย์โรคหัวใจ ดูแลผู้ป่วยโรคหัวใจ โดยศัลยแพทย์ด้านหัวใจที่เป็นที่ยอมรับจากนานาชาติ ศูนย์ Haemodialysis สามารถล้างไตด้วยอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย Rehabilitation Center รักษาโดยวิธีกายภาพบำบัด ทั้ง Physical Therapy ได้แก่การออกกำลังกาย และการฝึกหัด และ Occupational Therapy นอกจากนี้การดูแลด้านผิวหนัง มี Skin Center & Rejuvenation มีบริการทำคลอดที่ทันสมัย บริการเปลี่ยนข้อเข่า ข้อ

สะโพก Knee/Hip Replacement ทั้งนี้โดยได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจากทีมแพทย์และพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความพร้อม โดยจัดตั้งแผนก International Medicine เพื่อรองรับผู้ป่วยนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ

10.2.1.4 พฤติกรรมการใช้บริการรักษาพยาบาลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ารับการรักษายาบาลในโรงพยาบาล จำนวน 80,035 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.52 ของ(ผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษายาบาลในโรงพยาบาล โดยนักท่องเที่ยวเข้ารับการรักษายาบาลในโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตมากที่สุด ร้อยละ 62.47 (เฉลี่ยต่อวัน 136 ราย) รองลงมาคือ โรงพยาบาลสิริโรจน์ ร้อยละ 19.91 (เฉลี่ยต่อวัน 35 ราย) โรงพยาบาลป่าตอง ร้อยละ 10.11 (เฉลี่ยต่อวัน 22 ราย) โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต ร้อยละ 8.7 (เฉลี่ยต่อวัน 19 ราย) โรงพยาบาลกลาง ร้อยละ 1.18 (เฉลี่ยต่อวัน 3 ราย) โดยโรงพยาบาลภูเก็ตรวมแพทย์ร้อยละ 1.09 (เฉลี่ยต่อวัน 2 ราย) และโรงพยาบาลมิชชั่น ร้อยละ 0.53 (เฉลี่ยต่อวัน 1 ราย)

จากข้อมูลการรับบริการของชาวต่างชาติพบว่าร้อยละ 80.01 เข้ารับการรักษายาบาลในโรงพยาบาลเอกชน และร้อยละ 19.99 เข้ารับการรักษายาบาลในโรงพยาบาลของรัฐ

การประมาณรายได้ เฉพาะในส่วนของโรงพยาบาลเอกชน โดยใช้ค่าเฉลี่ย 3,000-4,000 บาท ต่อรายของโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต ประมาณรายได้รวมในภาคเอกชน 242,105,000 บาท ส่วนในภาครัฐใช้ฐานค่าเฉลี่ยเช่นเดียวกับผู้ป่วยทั่วไป เฉลี่ยเท่ากับ 350 บาทต่อราย ประมาณรายได้จากการบริการรักษาพยาบาลแก่ท่องเที่ยวต่างชาติ ภาครัฐ 5,100,000 บาท รวมรายได้ที่คาดประมาณว่าจะได้จากการรักษาพยาบาลนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประมาณ 247,205,000 บาท

10.2.1.5 ความพร้อมด้านศูนย์กลางการทำ Medical checkup ด้วยปัจจัยด้านมาตรฐานการรักษาในโรงพยาบาลและขีดความสามารถด้านบุคลากรที่สามารถดูแลผู้ป่วยในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะในภาคเอกชน ทำให้จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการมาท่องเที่ยวในภูเก็ต และทำการตรวจสุขภาพไปพร้อม ๆ กัน ทั้งนี้ปัจจัยเอื้อคือค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพ ในประเทศไทยถูกกว่าค่าใช้จ่ายในต่างประเทศหลายเท่า โดยในแต่ละปีโรงพยาบาลจะมีโปรแกรม Health check up ที่ต่างออกไปตามกลุ่มอายุ เช่น โปรแกรมสำหรับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี โปรแกรมสำหรับกลุ่มที่มีอายุ 33-35 ปี โปรแกรมสำหรับคนที่มีอายุสูงกว่า 55 ปี โปรแกรมตรวจโรคหัวใจ โปรแกรมสำหรับกลุ่มผู้หญิงวัยทอง โปรแกรมสำหรับผู้หญิง โปรแกรมสำหรับผู้ชาย

10.2.1.6 ความพร้อมด้านศูนย์กลางการทำศัลยกรรมตกแต่ง (Cosmetic-Plastic surgery) จังหวัดภูเก็ตมีศัลยแพทย์พลาสติก จำนวน 3 คน กระจายในโรงพยาบาลของรัฐ 1 คน โรงพยาบาลเอกชน 1 คน และประกอบอาชีพส่วนตัว 1 คน ซึ่งสามารถให้บริการศัลยกรรม การผ่าตัดเสริมความงามทุกประเภท และฝีมือเป็นที่ยอมรับระดับโลก ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาภูเก็ตเพื่อทำศัลยกรรมเสริมความงามเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เพราะเป็นที่ยอมรับในฝีมือและค่าใช้จ่ายถูกกว่าในต่างประเทศมาก ในปัจจุบันการลดน้ำหนักโดยวิธีธรรมชาติได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในระดับสูง



10.2.1.7 ความพร้อมด้านศูนย์ทันตกรรม (Dental Center) จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมที่จะส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการบริการทันตกรรมแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากมีคลินิกทันตกรรมชั้นหนึ่ง จำนวนมากถึง 34 แห่ง กระจายอยู่ทั้ง 3 อำเภอ มีทันตแพทย์ 24 คน ภาครัฐ 10 คน และภาคเอกชน 14 คน ซึ่งคลินิกทันตกรรมเหล่านี้มีการจัดทัวร์จากต่างประเทศเพื่อมารับบริการทันตกรรมในจังหวัดภูเก็ต จำนวนเพิ่มสูงขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น จีน

สำหรับการให้บริการทันตกรรมในโรงพยาบาลรัฐและเอกชน มีการให้บริการทำฟันโดยหมอฟันครอบครัว ให้บริการและให้ความรู้ในการป้องกัน และการรักษาที่มีคุณภาพโดยทันตแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านทันตกรรมเด็ก Pediatric dentistry, prosthodontics, periodontics, oral & maxillofacial surgery, cosmetic dentistry, general dentistry

## 11. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ คือ

ณัฐฉิณี สุริยวงศ์ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงความคิดเห็นของพยาบาลเกี่ยวกับการบริหารเพื่อพัฒนาโรงพยาบาลรามาริบัติสู่คุณภาพ พบว่า ความคิดเห็นของพยาบาลเกี่ยวกับการบริหารเพื่อพัฒนาโรงพยาบาลรามาริบัติสู่คุณภาพโดยภาพรวม 5 ด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งประกอบด้วย ด้านการวางแผน ด้านการจัดการองค์กร ด้านการสั่งการ ด้านการประสาน และด้านการควบคุม พยาบาลที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน และมีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารเพื่อการพัฒนาโรงพยาบาลรามาริบัติสู่คุณภาพไม่แตกต่างกัน พยาบาลที่สังกัดหน่วยงานที่ต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารเพื่อการพัฒนาโรงพยาบาลรามาริบัติสู่คุณภาพต่างกัน กล่าวคือ พยาบาลที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานการพยาบาล จักษุ โสต นาสิกวิทยา จะมีความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก รองลงมาคือ พยาบาลที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานการพยาบาลศูนย์การแพทย์สิริกิติ์ ในขณะที่พยาบาลที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานการพยาบาลป้องกันโรคและส่งเสริมสุขภาพ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยสำหรับข้อเสนอแนะจากการศึกษา พบว่า การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ควรให้เวลาเพื่อหลีกเลี่ยงความตึงเครียด จนไม่มีความสุขในการทำงาน การสื่อสารที่รวดเร็วชัดเจนและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการมีเจตคติที่ดี และการยอมรับจากผู้ปฏิบัติงาน จะเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการพัฒนา

วันดี องค์กรนะสุข (ปาลีรัตน์ การดี; และคนอื่นๆ. 2547: 37; อ้างอิงจาก วันดี องค์กรนะสุข. 2545. ไม่ปรากฏเลขหน้า) ได้ทำการวิจัยถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวด ประคบ และอบสมุนไพร ณ วาสุเทพอาศรม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการพอใจกับค่าบริการ ความชำนาญของหมอรวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี และมีบรรยากาศที่ดี นอกจากนี้ผู้ใช้บริการได้เสนอให้สถานบริการปรับปรุงเรื่องเกี่ยวกับข้อแนะนำการใช้บริการอย่างถูกวิธีและโทษของการใช้บริการที่ไม่ถูกวิธี เพิ่มจำนวนผู้ให้บริการให้เพียงพอกับความต้องการ และควรแบ่งแยกห้องบริการสำหรับลูกค้าเพศหญิงและเพศชาย ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวก เช่น ห้องน้ำ และการขยายเวลาเปิด-ปิดให้มากขึ้น สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาดควรจัดทำป้ายชื่อสถานบริการที่ชัดเจน และควรมีการแนะนำข้อมูลการให้บริการผ่านสื่อแผ่นพับ และทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น รวมทั้งเปิดรับสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ

วิภาพร มหาชัย (ปาลีรัตน์ การดี; และคนอื่นๆ. 2547: 37; อ้างอิงจาก วิภาพร มหาชัย. 2544. ไม่ปรากฏเลขหน้า) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเพศหญิง อายุระหว่าง 20-39 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานในบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 200,001-300,000 เยน ด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีประสบการณ์ในการใช้บริการสปาแล้วเฉลี่ย 6-10 ครั้ง และสาเหตุของการเลือกใช้บริการสปา คือ เพื่อผ่อนคลายความเครียด โดยรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และติดต่อสถานบริการสปาผ่านทางอินเทอร์เน็ตและด้วยตนเอง บริการที่น่าสนใจ คือ การนวดแผนโบราณและการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย และใช้เวลาในการใช้บริการเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อครั้ง สำหรับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

ศุภลักษณ์ พักคำ (ปาลีรัตน์ การดี; และคนอื่นๆ. 2547: 37; อ้างอิงจาก ศุภลักษณ์ พักคำ. 2545. ไม่ปรากฏเลขหน้า) ได้ทำการวิจัยถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการแพทย์แผนไทยประยุกต์ในการให้บริการด้านสุขภาพในโรงพยาบาล สังกัดกองทัพบก เขตพื้นที่กองทัพภาคที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านแรงสนับสนุนทางสังคม ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสาร การได้รับการเสริมสร้างความรู้เพิ่มพูนประสบการณ์ การได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานและครอบครัว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้แพทย์แผนไทยประยุกต์ในการให้บริการด้านการดูแลสุขภาพในโรงพยาบาล ปัจจัยทางด้านชีวิตสังคม ได้แก่ สถานภาพสมรส วิชาชีพเฉพาะภายในโรงพยาบาล ตัวแปรที่สามารถทำนายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้แพทย์แผนไทยประยุกต์ในการให้บริการด้านสุขภาพในโรงพยาบาลได้มากที่สุดคือ แรงสนับสนุนทางสังคมได้ร้อยละ 50 รองลงมาได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการแพทย์แผนไทยประยุกต์ ความเชื่อมั่นในผลของการใช้แพทย์แผนไทยประยุกต์ ตามลำดับ

วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพัทธ์ (2548: 114) ได้ทำการวิจัยเรื่องโครงการศักยภาพโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า โรงพยาบาลภาครัฐในจังหวัดภูเก็ตที่มีนโยบายทำตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น มีศักยภาพในการพัฒนาอย่างเพียงพอ เนื่องจากมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากรทางการแพทย์ เครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย การขยายพื้นที่และก่อสร้างอาคารเพิ่มเติมของโรงพยาบาล และสิ่งที่จังหวัดภูเก็ตมีเป็นสินทรัพย์อยู่เดิม ซึ่งถือเป็นเครือข่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์กรทางด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ร้ายขายของที่ระลึก เป็นต้น ขาดเพียงหน่วยงานที่จะช่วยวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเท่านั้น ในอนาคตโรงพยาบาลภาครัฐจะก้าวไปสู่ โรงพยาบาลนานาชาติในฝั่งอันดามัน เช่นเดียวกับโรงพยาบาลเอกชนที่มีศักยภาพใน

การพัฒนาตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยมีปัจจัยความพร้อมหลากหลาย ได้แก่ เงินทุนสนับสนุน สถานที่ของโรงพยาบาล บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทั้งด้านธุรกิจท่องเที่ยว ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และความรู้ความสามารถในงานบริการ และที่สำคัญโรงพยาบาลของคนไทย มาผนวกกับความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ราคาค่าบริการที่ต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว และความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล และทั้งหมดนี้สามารถพัฒนาเป็นจุดขายของโรงพยาบาลได้ ดังนั้นจังหวัดภูเก็ต นอกจากจะมีจุดเด่นที่เป็นแหล่งซื้อของค่าน้ำ จัดประชุมสัมมนาแล้ว จังหวัดภูเก็ตยังมีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกด้วย โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตมีโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่ได้รับมาตรฐานสากลหลายแห่ง มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่น และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่า และสามารถแข่งขันในระดับภูมิภาค ส่วนนักท่องเที่ยวก็มีความคุ้มค่าในการมาเยือนภูเก็ต ทั้งนี้ก็ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาชน เพื่อให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเอเชียได้ในที่สุด

สมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2548: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเพื่อประเมินโอกาสทางการตลาดและเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีโอกาสทางการตลาดสูงมาก เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพื่อบำบัดสุขภาพหรือสปา ขยายตัวสูงเฉลี่ยปีละ 21.9% ระหว่างปี 2543-2563 ประกอบกับไทยมีชื่อเสียงด้านนวดแผนไทยหรือแผนโบราณ ซึ่งมีศิลปะและวัฒนธรรมการให้บริการที่ต่างไปจากทั่วโลก รวมทั้งมีจุดเด่นที่สุดด้านค่าบริการถูกกว่าประเทศอื่น ด้วยค่าเฉลี่ย 4.11 สูงกว่าความพอใจที่มีต่อยุโรป อเมริกา และเอเชีย (ค่าเฉลี่ย 3.13, 3.20, 3.49 ตามลำดับ) คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้บริการบำบัดสุขภาพในไทยเพิ่มขึ้น ด้วยอัตราเฉลี่ยปีละ 25.0% ระหว่างปี 2545-2549 ก่อให้เกิดรายได้ประมาณ 7,650 – 13,275 ล้านบาทต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 38.0% ในช่วงเวลาเดียวกัน

เสาวนีย์ สีนะศิริมากุล (2548: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสำรวจแนวโน้มของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการใช้บริการคลินิกรักษาฟื้นฟูสุขภาพที่จะเปิดภายในโรงแรมของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับความประสงค์หรือความปรารถนา (Desire) ต่อรูปแบบทางการตลาดในด้านต่างๆ สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้ศึกษาได้เลือกใช้ความประสงค์หรือความปรารถนา (Desire) เป็นศัพท์เฉพาะในการศึกษารั้วนี้ เนื่องจากการสำรวจแนวโน้มของรูปแบบคลินิกรักษาฟื้นฟูสุขภาพที่คาดว่าจะเปิดบริการในอนาคต ดังนั้น การเลือกใช้ความประสงค์หรือความปรารถนาค่าจะเหมาะสมมากกว่าคำว่า Needs และ Wants เพราะความประสงค์หรือความปรารถนาค่านั้นเป็นสิ่งที่ต้องการที่คาดคะเนไว้ จึงเกี่ยวข้องกับความใฝ่ฝันของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งยังเป็นเป้าหมายระยะยาว ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติหรือสัญชาติ และอาชีพ สามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด คือ การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติตามลักษณะรวมหน่วยของนักท่องเที่ยวนั่นเอง สำหรับแนวคิดองค์ประกอบทางการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือ

ส่วนประสมการตลาด (4P's) ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบการให้บริการ พบว่า ข้อมูลที่ได้จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความประสงค์ที่จะมีบริการฟอกสีฟันมากที่สุดและบริการดังกล่าวจัดอยู่ในหมวดด้านทันตกรรม ซึ่งตรงกับบริการหลักของคลินิกรักษาฟันพฤษภาคมที่กำลังจะเปิดให้บริการที่เน้นทางด้านทันตกรรมเป็นผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) ที่จะเป็นบริการเสริมให้กับลูกค้าคือ การนัดไทยแผนโบราณและบริการด้านสปา การออกแบบตกแต่งภายในสถานบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประสงค์ให้เน้นการตกแต่งแบบธรรมชาติ ซึ่งประดับด้วยต้นไม้และดอกไม้ คุณลักษณะของทีมบุคลากรที่กลุ่มตัวอย่างประสงค์มากที่สุดคือ การเข้าใจลูกค้า คอยดูแลเอาใจใส่ สนองตอบความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้าได้เป็นพิเศษ 2) ราคา กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าให้เรียกเก็บค่าบริการทางการแพทย์รวมเข้ากับค่าห้องพักของโรงแรมจะมีความเหมาะสมที่สุด 3) ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยวหรือช่องทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้และรับบริการคลินิก โดยประสงค์ที่จะติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Channels) นั่นคือติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตของคลินิกโดยตรง 4) การส่งเสริมการตลาด เน้นการส่งเสริมการขายต่อลูกค้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประสงค์ที่จะให้บริการให้คำแนะนำฟรีก่อนที่จะตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการที่ลูกค้าต้องอาศัยข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เพื่อเพิ่มความมั่นใจว่าจะได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาใด ๆ ตามมาภายหลัง

สิริพรรณ สุพรรณพงศ์ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติที่โดดเด่นของจังหวัดภูเก็ตเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ยตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคือ แหลมพรหมเทพ ชายหาดต่าง ๆ และจุดชมวิวยะรัง ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดภูเก็ต คือ วัดต่าง ๆ อนุสาวรีย์วีรสตรี และตึกเก่าชิโนโปรตุกีส ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านเทศกาล งานประเพณีที่โดดเด่นของจังหวัดภูเก็ต คือ งานเทศกาลกินผัก งานท้าวเทพกษัตรี ท้าวศรีสุนทร และงานเปิดฤดูกาลท่องเที่ยวภูเก็ต ทรัพยากรด้านกิจกรรมที่โดดเด่นของจังหวัดภูเก็ต คือ การชมพระอาทิตย์ตกที่แหลมพรหมเทพ กิจกรรมการดำน้ำดูปะการังตามเกาะต่าง ๆ และการชมการแสดงภูเก็ตแฟนตาซี ทรัพยากรด้านการบริการที่โดดเด่นของจังหวัดภูเก็ต คือ ที่พักแรมที่มีความหลากหลาย การคมนาคมมีความสะดวกสบาย และมีการให้ข้อมูลช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต พบว่า จุดแข็งของจังหวัดภูเก็ต คือ มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น และมีชื่อเสียงระดับโลก มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และมีฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและหลากหลาย จุดอ่อน คือ อัตราค่าครองชีพสูง ขาดจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม โอกาสของจังหวัด คือ มีชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ อุปสรรค คือ ความผันผวนทางเศรษฐกิจโลก การท่องเที่ยวแบบฤดูกาล และการก่อการร้ายสากล ความขัดแย้งระหว่างประเทศ โรคระบาด และภัยธรรมชาติ สำหรับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยแผนยุทธศาสตร์ของ

จังหวัดภูเก็ตประกอบด้วย วิสัยทัศน์ คือ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก สังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและมีการพัฒนาที่ยั่งยืน ควบคู่กับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับภูมิภาค

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้ดำเนินงานในการทำวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การสังเกตภาคสนาม
2. การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว
3. การดำเนินการวิจัย
  - 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
  - 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 3.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การสังเกตภาคสนาม

ผู้วิจัยได้ลงสังเกตภาคสนามในพื้นที่ศึกษาทั้งโรงพยาบาลสามแห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ บริเวณชายหาดป่าตอง กะตะ กระรน แหลมพรหมเทพ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม อนุสาวรีย์วีรสตรี และตึกเก่าชิโนโปรตุกีส โดยได้ทำการสังเกตในระหว่างเดือนพฤษภาคม 2549 ถึง เดือนมกราคม 2550 และได้นำข้อมูลจากการสังเกตนี้มาใช้ในการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้

#### 2. การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือคือ แบบตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ โดยแบ่งการตรวจสอบออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible Resource) และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Resource) และแบบตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว (การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2545: 3) โดยแบ่งการตรวจสอบออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม มหกรรม กิจกรรม และบริการ

#### 3. การดำเนินการวิจัย

##### 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดภูเก็ต เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต สำนักงานจังหวัดภูเก็ต
2. ภาคเอกชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น ผู้บริหารโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่โรงพยาบาล สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภูเก็ต หอการค้าจังหวัดภูเก็ต ผู้ประกอบการด้านที่พัก การขนส่งและบริการต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต
3. ประชากรภาคประชาชน คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดภูเก็ตที่เดินทางท่องเที่ยวและมารับบริการด้านการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลศิริโรจน์ และโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต

### 3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยศึกษาครั้งนี้ ได้เลือกสุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการกำหนดแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยคัดเลือกเฉพาะบุคคลที่สำคัญ เกี่ยวข้อง และมีส่วนช่วยเหลือและผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ในหน่วยงานต่อไปนี้เป็น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต สำนักงานจังหวัดภูเก็ต รวม 100 คน
2. ภาคเอกชน ผู้วิจัยทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยคัดเลือกจากบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และมีข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยนี้ได้แก่ ผู้บริหารโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่โรงพยาบาล สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภูเก็ต หอการค้าจังหวัดภูเก็ต ผู้ประกอบการด้านที่พัก การขนส่งและบริการต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต รวมจำนวน 100 คน
3. ประชาชนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต จำนวน 181,020 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2547: ออนไลน์) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling ) รวมทั้งสิ้น 100 คน

โดยคำนวณหา จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนประชากรทั้งหมดโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ, 2545: ตาราง 3) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  = จำนวนตัวอย่าง

$N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด

$e$  = ความคลาดเคลื่อนที่กำหนดว่าจะให้มีระดับนัยสำคัญเป็น 0.05

เมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้นจะได้ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน  $\pm 10\%$  ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100 คน

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดภูเก็ตที่เดินทางท่องเที่ยวและมาที่รับบริการด้านการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต จำนวน 50,000 คน โรงพยาบาลสิริโรจน์ จำนวน 12,736 คน และโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต จำนวน 425 คน รวม 63,161 คน (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. 2545: 10/14) โดยผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience sampling) คำนวณหา จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนประชากรทั้งหมดโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ ดังกล่าว และเมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้นจะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100 คน

### 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว และแบบสอบถามซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (close-ended question) และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (open-ended question) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

**แบบสอบถามชุดที่ 1** สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนท้องถิ่น เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามปัญหาวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย และสมมุติฐานของการวิจัย รวมทั้งขอบเขตของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) โดยใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนนเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 ราย/กลุ่มตัวอย่าง

**ตอนที่ 2** การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว ลักษณะคำถามให้ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

**ตอนที่ 3** ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของการบริการทางการแพทย์ ได้แก่ ลักษณะคำถามให้ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

**ตอนที่ 4** ทศนคติเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ความต้องการที่จะเห็นการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์พัฒนาไปในทิศทางใดในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า ลักษณะคำถามให้ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด



โดยใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

ช่วงคะแนน (Mean)	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

**ตอนที่ 5** ข้อเสนอแนะในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตในด้านอื่นๆ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

**แบบสอบถามชุดที่ 2** ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพำนักระยะยาวที่มาใช้บริการทางการแพทย์ เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามปัญหาวิจัยวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสมมติฐานของการวิจัย รวมทั้งขอบเขตของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 7 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และการรับรู้ข่าวสาร ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) โดยใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนนเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 ราย

**ตอนที่ 2** ความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ ลักษณะคำถามให้ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

**ตอนที่ 3** ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการด้านการแพทย์ ลักษณะคำถามให้ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

**ตอนที่ 4** การตรวจสอบทรัพยากรด้านการบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว ลักษณะคำถามให้ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

**ตอนที่ 5** ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของการบริการทางการแพทย์ ได้แก่ ลักษณะคำถามให้ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

**ตอนที่ 6** ทศนคติเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ความต้องการที่จะเห็นการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์พัฒนาไปในทิศทางใดในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า ลักษณะคำถามให้ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

โดยใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

ช่วงคะแนน (Mean)	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

**ตอนที่ 7** ข้อเสนอแนะในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตในด้านอื่นๆ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

**วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือขึ้นที่ 4 เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณแบบสอบถาม**

- ขั้นแรก ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามนั้น
- ขั้นที่สอง นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ราย แล้วนำมาหาความเชื่อมั่น โดยวัดแบบ rating scale ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right]$$

เมื่อ  $\alpha$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

$K$  คือ จำนวนประชากร

$\sum s_i^2$  คือ คะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ

$s_x^2$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

เมื่อได้คำนวณค่าความเชื่อมั่นดังกล่าวแล้ว ค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า .83 ลงมา ก็ให้นำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลง จนได้ค่าที่สูงกว่านี้จึงจะถือได้ว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ได้มาตรฐานเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามต่อไป

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลเอง ซึ่งมีข้อมูลหลายด้านที่ต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาศึกษาและนำมาประกอบกัน เพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

**ระยะที่ 1** โดยผู้วิจัยส่งหนังสือราชการจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อขอเก็บข้อมูลการวิจัย ไปยังหน่วยงานราชการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต สำนักงานจังหวัดภูเก็ต

**ระยะที่ 2** โดยผู้วิจัยส่งหนังสือราชการจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ไปยังหน่วยงานองค์กรเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลสิริโรจน์ โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต และสมาคมผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภูเก็ต หอการค้าจังหวัดภูเก็ต ผู้ประกอบการด้านที่พัก การขนส่งและบริการต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต

**ระยะที่ 3** ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเข้าไปสอบถามกับประชาชน ทั้งอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต

**ระยะที่ 4** ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเข้าไปสอบถามกับนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพำนักระยะยาวที่มาที่ท่องเที่ยว และที่มาใช้บริการทางการแพทย์ ณ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลสิริโรจน์ และโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต

### 3.4 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือแต่ละชนิด ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม นำมาวิเคราะห์และประมวลผล ดังนี้

1. ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามตามที่กำหนดไว้ มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. ลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 10
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
  - 3.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่

3.1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้ในแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อที่ 1-6 ของแบบสอบถามภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และใช้ในแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อที่ 1-7 ของแบบสอบถามนักท่องเที่ยว

$$\text{ค่าร้อยละ } P = \frac{n}{N} \times 100$$

เมื่อ	$P$	แทน	ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
	$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$N$	แทน	ขนาดของประชากร

3.1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ

$$\text{ค่าเฉลี่ย } \bar{x} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ

$$s = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

เมื่อ	$s$	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$X_i$	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	$n - 1$	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ

3.2 สถิติสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

3.2.1 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right]$$

เมื่อ	$\alpha$	คือ	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	$K$	คือ	จำนวนคำถาม
	$\sum s_i^2$	คือ	คะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	$s_x^2$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

### 3.3 สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

3.3.1 เปรียบเทียบความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยว ต่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 4 กลุ่ม มาวิเคราะห์หายุทธศาสตร์ โดยใช้การหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด (Standard Deviation) เพื่อใช้วิเคราะห์

$$\text{ค่าเฉลี่ย } \bar{x} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$s = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{n-1}}$$

เมื่อ	$s$	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$X_i$	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	$n-1$	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว และแบบสอบถาม โดยกำหนดหัวข้อและรายละเอียดให้สอดคล้องกับแบบสอบถาม

1. ผลการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์
2. ผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว
3. ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐ เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต
4. ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาคเอกชน เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต
5. ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาคประชาชน เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต
6. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต
7. ผลการศึกษาความคิดเห็นในภาพรวมของ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต
8. ผลการศึกษากาารวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต
9. ข้อเสนอในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

#### 1. ผลการตรวจสอบทรัพยากรด้านการแพทย์

จากการตรวจสอบทรัพยากรด้านการแพทย์จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ และเว็บไซต์ มีผลดังต่อไปนี้

**1.1 โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต** เป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ประกอบกิจการด้วยขนาดเตียง 200 เตียง มีบริการด้านการแพทย์ประกอบไปด้วย การให้บริการตรวจร่างกาย บริการทันตกรรม ศัลยกรรม ศูนย์บาดาลเวชให้บริการรักษาสำหรับนักดำน้ำ แผนกฉุกเฉิน ศูนย์หัวใจ มีเครื่องมือด้านการตรวจรักษาที่ทันสมัยเช่น เครื่องตรวจร่างกายแบบ MRI มีบริการรับส่งผู้ป่วยด้วยรถพยาบาล และเฮลิคอปเตอร์ มีบุคลากรที่คอยให้บริการทั้งแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ กว่า 630 คน นอกจากนี้ยังมีสามคอยต้อนรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งล่ามที่เป็นเจ้าของภาษาทั้งอังกฤษและญี่ปุ่น ด้านทรัพยากรบริการสนับสนุนนั้นทางโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตมีห้องสุขาที่สะอาด มีห้องอาหารและร้านขายของที่มียารายการสินค้าให้เลือกมากมายและยังจัดตกแต่งได้อย่างสวยงาม

นอกจากนี้ยังมีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงรวมทั้งบริการให้ยืมคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และยังมีมุมพักผ่อนและสวนที่ผู้ป่วยหรือญาติสามารถมาผ่อนคลายระหว่างรอการรักษาได้อีกด้วย

สำหรับด้านชื่อเสียงนั้นโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตเป็นอีกสาขาหนึ่งของโรงพยาบาลกรุงเทพ ซึ่งเป็นโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้ป่วยอยู่แล้ว จึงอาจกล่าวได้ว่าโรงพยาบาลกรุงเทพเป็นแบรนด์ (Brand) ที่โดดเด่นและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่ง ในส่วนของการรับรองคุณภาพนั้นโรงพยาบาลภูเก็ตถือเป็นโรงพยาบาลแห่งเดียวในจังหวัดภูเก็ตที่ได้รับมาตรฐาน Hospitality Accreditation (HA) และยังได้รับมาตรฐาน ISO 9002:2000 จาก Quality Science Universal Company based in Singapore ด้านการบริการที่เป็นเลิศ เมื่อเดือนตุลาคม 2542 ด้านการทำแพคเกจทัวร์ด้านการแพทย์นั้น ทางโรงพยาบาลได้มีการจัดตั้ง บริษัท ภูเก็ต เฮลท์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ขึ้น เพื่อทำการตลาดเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ (วัชรวิ ดำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. 2548: 53-54)



ภาพประกอบ 12 โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต (2550: ออนไลน์)



ภาพประกอบ 13 บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต (2550: ออนไลน์)

**1.2 โรงพยาบาลสิริโรจน์** เป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ประกอบกิจการด้วยขนาดเตียง 100 เตียง มีบริการด้านการแพทย์ประกอบไปด้วย การให้บริการตรวจร่างกาย บริการทันตกรรม ศัลยกรรม ศัลยกรรมเสริมความงาม ศูนย์การแพทย์แผนโบราณ ศัลยกรรมผ่าตัดตา สูตินารีเวช มี

บุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญ มีห้องผ่าตัดที่ปลอดภัย ปราศจากเชื้อโรค ทรัพยากรบริการ สันนิบาตอันได้แก่ ห้องสุขา ห้องอาหาร ATM นั้น ทางโรงพยาบาลก็มีไว้ให้บริการ

สำหรับโรงพยาบาลสิริโรจน์นั้นมีชื่อเสียงทางด้านการทำศัลยกรรมแปลงเพศ การฝังเข็ม ด้านการรับรองคุณภาพนั้นโรงพยาบาลยังมุ่งสู่มาตรฐาน Hospital Accreditation (HA) ซึ่งในขณะนี้ ได้ดำเนินการผ่านบันไดขั้นที่ 1 การทบทวน แก้ไข ป้องกันไปแล้ว ด้านมาตรฐาน ISO 9002:2000 ทางโรงพยาบาลได้ผ่านการรับรองเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2545 ด้านการทำแพคเกจทัวร์นั้นทาง โรงพยาบาลยังไม่มี การจัดทำลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนมากนั้นจะได้รับการบอกต่อจากคนรู้จัก และ แนะนำต่อ ๆ กันมา (วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. 2548: 53-54)



ภาพประกอบ 14 ตราโรงพยาบาลสิริโรจน์ (2550: ออนไลน์)



ภาพประกอบ 15 บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลสิริโรจน์ (2550: ออนไลน์)

**1.3 โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต** เป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร ให้บริการแก่ ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มีบริการด้านการแพทย์ไม่ว่าจะเป็น คลินิกสูติ – นรีเวช คลินิก ศัลยกรรม คลินิกอายุรกรรม คลินิกกุมารเวช บริการตรวจทางรังสีวิทยา การทำกายภาพบำบัด บริการรถพยาบาลฉุกเฉินและรถพยาบาลประจำการ ห้องตรวจปฏิบัติการ คลินิกทันตกรรม มี บุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญทั้งแพทย์ และพยาบาล มีนักเทคนิคการแพทย์พร้อมด้วย เครื่องมือที่ทันสมัย มีบริการห้องพักหลายประเภทได้แก่ ห้องรวมปรับอากาศ 4 เตียง ห้องรวมปรับ อากาศ 2 เตียง ห้องรวมพิเศษปรับอากาศมีโทรทัศน์ และตู้เย็น ห้องเดี่ยวปรับอากาศมีโทรทัศน์ ตู้เย็น และโทรศัพท์ ห้อง VIP ปรับอากาศมีโทรทัศน์ ตู้เย็น โทรศัพท์ และชุดรับแขก แลห้องอภิบาล



(ICU) ทรัพยากรบริการสนับสนุนอันได้แก่ ห้องสุขา ห้องอาหาร ATM นั้น ทางโรงพยาบาลก็มีไว้ให้บริการ

โรงพยาบาลมิชชันนารีเกิด มีนโยบายให้บริการประชาชนในท้องถิ่นเป็นหลัก ในส่วนตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้น ทางโรงพยาบาลมีนโยบายให้บริการให้การรักษาพยาบาลดังเช่นประชาชนทั่วไป ไม่ได้มีนโยบายตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรงแต่อย่างใด (วัชรวิ ดำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. 2548ฉ: 44-45 บทสัมภาษณ์ สมชัย ชื่นจิต)



ภาพประกอบ 16 โรงพยาบาลมิชชันนารีเกิด (2550: ออนไลน์)



ภาพประกอบ 17 ห้องพักในโรงพยาบาลมิชชันนารีเกิด (2550: ออนไลน์)

## 2. ผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

### 2.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดภูเก็ต

2.1.1 หาดต่าง ๆ ได้แก่ หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน ฯลฯ ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ตลอดจนเกาะต่าง ๆ ที่มีทัศนียภาพที่สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อนและยังถือเป็นแหล่งดำน้ำที่สำคัญของจังหวัด

**2.1.1.1 หาดป่าตอง** ตั้งอยู่ห่างจากอำเภอเมืองประมาณ 15 กม.ตามเส้นทางถนนวิจิตรสงคราม เป็นอ่าวที่มีความโค้งและมีหาดทรายที่สวยงาม น้ำทะเลมีความใสสะอาดเหมาะแก่การเล่นน้ำ อาบแดด และทำกิจกรรมชายหาด

จากการสังเกตพบว่า ชายหาดสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความสะอาด มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่คอยอำนวยความสะดวกให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว มีการคมนาคมที่สะดวก มีบริการที่พักให้เลือกหลายระดับ รวมไปถึงบริการร้านอาหาร เซอร์วิส ของที่ระลึก เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาทำให้เกิดการจราจรที่ติดขัด ที่จอดรถมีน้อยส่วนมากจะเป็นรถที่ให้เช่าเข้ามาจอด จึงอาจไม่สะดวกเท่าที่ควรหากไม่ได้พักในบริเวณหาด หรือนำรถเข้ามาเอง เพื่อลดปัญหาด้านการจราจรจึงควรมีการจัดที่จอดรถแก่นักท่องเที่ยวให้เป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน



ภาพประกอบ 18 ชายหาดป่าตอง

**2.1.1.2 หาดกะตะ** อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 17 กม. จากตัวเมืองภูเก็ตเมื่อถึงห้าแยกฉลองเลี้ยวขวาไปตามทางตามถนนหมายเลข 4028 อ่าวกะตะแบ่งออกเป็น 2 อ่าวคือ อ่าวกะตะใหญ่ กับอ่าวกะตะน้อย ทั้งสองอ่าวมีหาดทรายและชายหาดที่สวยงามเหมาะแก่การเล่นน้ำ และใช้เป็นที่พักผ่อน เนื่องจากมีแนวปะการังติดต่อกันไปจนถึงเกาะปู้ซึ่งอยู่ด้านหน้าหาดกะตะ ปัจจุบันหาดกะตะ เป็นหาดหนึ่งที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อาทิ สถานที่พัก บริษัทนำเที่ยว ร้านค้า แหล่งบันเทิงต่างๆ ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

**2.1.1.3 หาดกะรน** อยู่ถัดจากอ่าวกะตะขึ้นไปทางเหนือมีเพียงเนินเขาเตี้ยๆ คั่นอยู่เท่านั้น แต่ถ้าจะไปที่กลางอ่าวกะรนและหมู่บ้านกะรน มีถนนแยกจากอ่าวกะตะไปอีกประมาณ 3 กม. อ่าวกะรนใหญ่กว่าอ่าวกะตะ มีชายหาดยาวเหยียด เหนือชายหาดเป็นเนินทรายสูงๆ ต่ำๆ มีสนทะเลต้นใหญ่ๆ และต้นตาลขึ้นเรียงรายอยู่โดยทั่วไป หาดทรายที่อ่าวกะรนขาวสะอาดและละเอียดมาก

จากการสังเกตทั้งสองหาดพบว่ามีความเจ็บสงบ ไม่พลุกพล่านเหมือนหาดป่าตอง และมีทิวทัศน์สวยงามเช่นกัน มีการปักธงเตือนสำหรับการเล่นน้ำเพราะบริเวณนี้จะมีคลื่นลมค่อนข้างแรง มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับหาดป่าตอง



ภาพประกอบ 19 ชายหาดกะตะ กะรน. (2550: ออนไลน์)

**2.1.2 แหลมพรหมเทพ** อยู่ห่างจากหาดราไวย์ประมาณ 2 กม. เป็นแหลมที่อยู่ตอนใต้สุดของเกาะภูเก็ต ชาวบ้านเรียกว่าแหลมเจ้า บริเวณแหลมพรหมเทพเป็นส่วนที่สวยงามที่สุดส่วนหนึ่งของเกาะภูเก็ต เนื้อแหลมพรหมเทพเป็นที่ราบสำหรับจอดรถซึ่งอยู่บนหน้าผาสูงริมทะเล จากหน้าผานี้จะมองเห็นแหลมพรหมเทพทอดยาวออกไปในทะเล จะเห็นเกาะหลายเกาะรวมทั้งเกาะแก้วทางด้านขวามือจะเห็นแนวหาดทรายของหาดในหานชัดเจน จากบนหน้าผามีทางเดินลงเขาไปจนถึงสุดแหลมพรหมเทพได้ เป็นสถานที่ชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามมาก

จากการสังเกตพบว่าสถานที่บริเวณแหลมพรหมเทพนั้นได้รับการจัดการอย่างดี มีการจัดแยกพื้นที่ออกเป็นส่วน ๆ ได้แก่ บริเวณที่จอดรถ บริเวณร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก บริเวณทางขึ้นก็สะอาดสวยงาม ด้านบนมีการจัดที่นั่งพักผ่อนมองเห็นทิวทัศน์ได้อย่างชัดเจน แต่จะมีคนที่มาคอยยืนดักถ่ายรูปบริเวณทางขึ้นซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรำคาญและทำให้เสียบรรยากาศในการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ควรเข้ามาดูแล



ภาพประกอบ 20 แหลมพรหมเทพ

## 2.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดภูเก็ต

### 2.2.1 วัดต่าง ๆ ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ

สำคัญในทางศิลปะและทางศาสนา และยังเป็นทีเคารพสักการะของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น และยังเป็นแหล่งความรู้ทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์

**2.2.1.1 วัดพระทอง หรือวัดพระผุด** อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 21 กิโลเมตร ไปตามถนนเทพกษัตรีผ่านสี่แยกอำเภอถลาง ถึงที่ว่าการอำเภอถลางทางด้านขวาจะมีทางแยกเข้าวัด ภายในวัดประดิษฐานพระพุทธรูปผุดขึ้นจากพื้นดินขึ้นมาครั้งองค์ เมื่อคราวศึกพระเจ้าประดุง ยกพลมาตีเมืองถลาง พ.ศ. 2328 ทหารพม่าพยายามขุดพระผุดเพื่อนำกลับพม่า แต่ขุดลงไปก็พบแต่ฝูงแตนไล่ต่อยจนต้องยกพลกลับไป ต่อมาชาวบ้านได้นำทองมาหุ้มพระพุทธรูปองค์นี้ดังที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน และภายในวัดยังเป็นที่ตั้งของ พิพิธภัณฑ์สถานวัดพระทอง เป็นที่เก็บรวบรวมโบราณวัตถุเก่าแก่มากมาย

ผลการสังเกตพบว่าการเดินทางมายังวัดมีความสะดวก เป็นวัดตั้งอยู่ใกล้ถนนสายหลัก มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ภายในวัดมีความสงบร่มรื่น มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว



ภาพประกอบ 21 วัดพระทอง หรือ วัดพระผุด. (2550: ออนไลน์).

**2.2.1.2 วัดไชยธาราราม หรือวัดฉลอง** อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 8 กม. ออกจากตัวเมืองไปตามทางหลวงหมายเลข 4021 ผ่านสามแยกบริเวณสนามกีฬาสุรกุล เลี้ยวซ้ายไปทางห้าแยกฉลอง วัดฉลองจะอยู่ทางซ้ายมือก่อนถึงห้าแยกฉลองประมาณ 4 กม. เป็นวัดที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของภูเก็ต มีรูปหล่อของหลวงพ่อแช่ม และหลวงพ่อช่วง ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวภูเก็ตทั่วไป

ผลการสังเกตพบว่ามีเส้นทางเข้าเยี่ยมชมสะดวก เพราะมีรถประจำทางหลายสาย ผ่าน มีที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณทั่วไปมีความสะอาด มีร้านค้าต่าง ๆ ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีการจัดการด้านสถานที่อย่างเป็นระเบียบเท่าที่ควร



ภาพประกอบ 22 วัดไชยธาราราม หรือ วัดฉลอง. (2550: ออนไลน์).

**2.2.2 ออนุสาวรีย์วีรสตรี** ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกท่าเรือ ห่างจากตัวเมืองประมาณ 12 กิโลเมตร สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2509 เพื่อเป็นเกียรติแก่วีรสตรีทั้งสองที่ช่วยปกป้องเมืองภูเก็ตไว้จากการรุกรานของข้าศึก

ผลการสังเกตพบว่าออนุสาวรีย์มีความเด่นชัดเห็นได้แต่ไกล แต่ตั้งอยู่บริเวณกลางวงเวียน การเข้าไปเยี่ยมชมทำให้เข้าไปลำบากอาจเกิดอุบัติเหตุได้



ภาพประกอบ 23 ออนุสาวรีย์วีรสตรี. (2550: ออนไลน์).

**2.2.3 ตึกเก่าชิโนโปรตุกีส** มีอายุเกือบร้อยปี เมื่อครั้งกิจการเหมืองแร่เริ่มเจริญใหม่ๆ ตึกสมัยเก่าเหล่านี้ได้รับอิทธิพล ทางด้านสถาปัตยกรรมแบบจีนด้วยจึงเรียกว่า สถาปัตยกรรมแบบชิโน-โปรตุกีส ลักษณะตึกสมัยเก่า ของภูเก็ตนั้นจะมีส่วนลึกมากกว่าส่วนกว้างและไม่สูงนัก ปัจจุบันจะหาดูได้บริเวณถนนกลาง ถนนตีบๆ ถนนพังงา ถนนเยาวราช และถนนกระบี่ นอกจากนี้ยังมีตึกโบราณที่มี ลักษณะทาง สถาปัตยกรรมแบบ ยุโรป ได้แก่ ศาลากลางจังหวัดภูเก็ต ศาลจังหวัดภูเก็ต และธนาคาร นครหลวงไทย เป็นต้น

ผลการสังเกตพบว่า การเข้าเยี่ยมชมทำได้สะดวกเนื่องจากตึกเหล่านี้ตั้งอยู่ในตัวเมือง และอยู่ติดริมถนน สามารถนั่งรถชมหรือจะเดินชมก็ได้ทั้งสองทาง แต่ยังคงขาดป้ายสื่อความหมายจึงอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวไปสนใจเท่าที่ควรในด้านของประวัติศาสตร์



ภาพประกอบ 24 ตึกเก่าชิโนโปรตุกีส. (2550: ออนไลน์).

### 3. ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

#### 3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งการศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกลุ่มตัวอย่างภาครัฐจำนวนทั้งสิ้น 100 ราย โดยนำเสนอในรูปของความถี่และร้อยละ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	60	60.00
หญิง	40	40.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
2. อายุ		
17 – 24 ปี	2	2.00
25 – 34 ปี	34	34.00
35 – 44 ปี	41	41.00
45 – 54 ปี	19	19.00
55 – 64 ปี	4	4.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
3. สถานภาพ		
โสด	31	31.00
สมรส	68	68.00
หย่าร้าง	1	1.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
4 การศึกษาขั้นสูงสุด		
ต่ำกว่า ม.6 หรือเทียบเท่า	3	3.00
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	12	12.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	68	68.00
ปริญญาโท	17	17.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 6 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	97	97.00
อื่น ๆ (ลูกจ้างชั่วคราว ข้าราชการบำนาญ)	3	3.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
6. รายได้เฉลี่ย		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	1	1.00
5,001 – 10,000 บาท	11	11.00
10,001 – 15,000 บาท	9	9.00
15,001 – 20,000 บาท	11	11.00
20,001 – 25,000 บาท	17	17.00
25,000 บาทขึ้นไป	51	51.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 6 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างภาครัฐเป็นเพศชาย ร้อยละ 60.00 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 40.00 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 35 – 44 ปี ร้อยละ 41.00 รองลงมาอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ร้อยละ 34.00 อายุระหว่าง 55 – 54 ปี ร้อยละ 19.00 อายุระหว่าง 55 – 64 ปี ร้อยละ 4.00 และอายุระหว่าง 17 – 24 ปี ร้อยละ 2.00 โดยมีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 31.00 สมรส ร้อยละ 68.00 และหย่าร้าง ร้อยละ 1.00

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างภาครัฐส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 17.00 อันดับ 3 คือ มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 12.00 และมีการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือเทียบเท่า ร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

สำหรับการแบ่งกลุ่มตามอาชีพ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างภาคประชาชนส่วนใหญ่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 97.00 และอื่น ๆ คือ เป็นข้าราชการบำนาญ ลูกจ้างชั่วคราว ร้อยละ 3.00 ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 51.00 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 17.00 มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท และมีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 11.00 ตามลำดับ



## 3.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ และการท่องเที่ยว

### 3.2.1 การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

ทรัพยากรด้านการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ	3.33	0.89	ปานกลาง
2.จำนวนแพทย์ พยาบาล และบุคลากรที่ให้บริการ มีจำนวนเพียงพอสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติ	3.22	0.87	ปานกลาง
3.มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ	3.39	0.76	ปานกลาง
4.ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสม	2.79	0.87	ปานกลาง
5.มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.35	0.81	ปานกลาง
6.มีการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์	2.75	0.83	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.14</b>	<b>0.59</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 7 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.14 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นว่า การมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยเพียงพอต่อการให้บริการ เป็นการบริหารทางการแพทย์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.39 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาอันดับ 2 คือ มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.35 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับ 3 คือ จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.33 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

### 3.2.2 การตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง	4.14	0.70	มาก
2. ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล	3.85	0.66	มาก
3. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางงานเทศกาลและงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีถือศีลกินผัก งานท้าวเทพกษัตรี-ท้าวศรีสุนทร งานผ้าต่อ	3.81	0.79	มาก
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เที่ยวเกาะต่างๆ	3.86	0.91	มาก
5. การบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว ร้านอาหาร รถโดยสารประจำทางและรถท้องถิ่น การ เดินทางโดยทางเรือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์จังหวัดและมัคคุเทศก์ ร้านขายของที่ระลึก ป้าย บอกทิศทาง ระบบสื่อความหมาย แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยว	3.47	0.85	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.83</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 8 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.83 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง เป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.14 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เที่ยวเกาะต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.86 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 คือ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของบริการทางการแพทย์

#### 3.3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

จุดแข็ง	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. มีโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาลที่เชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสากล	3.29	0.70	ปานกลาง
2. ค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ	3.29	0.84	ปานกลาง
3. มีบริการอำนวยความสะดวกและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.30	0.64	ปานกลาง
4. คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีอัธยาศัยดี	3.61	0.81	มาก
5. ทำการตลาดเชิงรุกในต่างประเทศ เช่น การรวมตัวของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อทำ Road Show ไปยังต่างประเทศ	3.02	0.82	ปานกลาง
6. ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม	3.40	0.84	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.32</b>	<b>0.52</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 9 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.32 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นว่า คุณภาพบริการดีเยี่ยมเนื่องจากคนไทยมีอัธยาศัยดี เป็นจุดแข็งมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.40 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับ 3 ได้แก่ มีบริการอำนวยความสะดวกและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.30 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

### 3.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

จุดอ่อน	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์	3.31	0.76	ปานกลาง
2. จำนวนแพทย์มีไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3.20	0.83	ปานกลาง
3. บริษัทประกันของบางประเทศไม่รองรับการจ่ายประกันค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทย	3.07	0.77	ปานกลาง
4. บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ	3.30	0.94	ปานกลาง
5. ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง	3.42	0.87	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.26</b>	<b>0.57</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 10 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.26 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นว่า ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูงเป็นจุดอ่อนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.42 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.31 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับ 3 ได้แก่ บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.20 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

### 3.3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

โอกาสในการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ภาครัฐให้การสนับสนุนในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ (Medical Hub of Asia)	3.35	0.77	ปานกลาง
2.โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเริ่มขยายเครือข่ายไปเปิดสาขาต่างประเทศทั้งการเข้าไปซื้อหุ้นและการรับเข้าไปบริหารงาน	3.16	0.71	ปานกลาง
3.การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น	3.55	0.80	มาก
4.การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น	3.47	0.61	มาก
5.เป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ	3.42	0.74	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.39</b>	<b>0.52</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 11 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.39 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นว่า การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เป็นโอกาสในการพัฒนามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.55 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.47 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ เป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.42 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 3.3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

อุปสรรคต่อการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ถ้าคนไทยยังไม่ได้รับการบริการทางการแพทย์อย่างเพียงพอ รัฐบาลไม่สนับสนุนการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ	3.33	0.90	ปานกลาง
2. เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย	3.43	0.82	มาก
3. การแข่งขันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย	3.28	0.74	ปานกลาง
4. สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไซหวัดนก	3.52	0.93	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.39</b>	<b>0.66</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 12 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาของการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.39 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นว่า สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไซหวัดนก เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.52 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.43 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ถ้าคนไทยยังไม่ได้รับการบริการทางการแพทย์อย่างเพียงพอ รัฐบาลไม่สนับสนุนการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.33 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

### 3.4 ทศนคติเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

วิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia)	3.58	0.75	มาก
2.จะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานระดับสากล	3.65	0.76	มาก
3.จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ	3.54	0.78	มาก
4.จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด	3.60	0.90	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 13 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.59 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่าการพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานระดับสากล เป็นที่น่าสนใจมากอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia) มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 4 ได้แก่ จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้า

ทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.54 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 3.5 ทศนคติเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

ยุทธศาสตร์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ยุทธศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์	3.46	0.74	มาก
2.ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า	3.65	0.82	มาก
3.ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล	3.52	0.83	มาก
4.ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล	3.52	0.81	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 14 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.54 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้าเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล และยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.52 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ยุทธศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก



### 3.6 ทศนคติเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุทธศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ

ตาราง 15.1

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้</b>	<b>3.61</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์	3.65	0.76	มาก
โครงการที่ 2: เสนอบริการด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า	3.61	0.74	มาก
โครงการที่ 3: การหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัท ยาและเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและ รีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า	3.55	0.80	มาก
โครงการที่ 4: การเพิ่มผลกำไรจากลูกค้าที่มาใช้บริการทางการแพทย์ในปัจจุบัน	3.41	0.78	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.56</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ</b>			
โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุดิบ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์	3.42	0.84	มาก
โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์	3.45	0.83	มาก
โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด	3.64	0.77	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.50</b>	<b>0.66</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.55</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 15.1 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.55 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1 : การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: เสนอบริการด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 3: การหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัทยาและเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและรีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.55 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.50 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่างๆและเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.64 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่างๆเพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.45 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.42 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 15.2

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์</b>			
<b>เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า</b>			
โครงการที่ 1: การกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย	3.51	0.80	มาก
โครงการที่ 2: การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์อย่างรวดเร็ว	3.50	0.83	มาก
โครงการที่ 3: การขายสินค้าด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสินค้าด้านบริการทางการแพทย์ เช่น การจัดทัวร์ระยะพักฟื้น	3.40	0.85	ปานกลาง

ตาราง 15.2 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 4: การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการทางการแพทย์	3.63	0.82	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.51</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์</b>	<b>3.67</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา	3.58	0.92	มาก
โครงการที่ 2: การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่	3.57	0.87	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.58</b>	<b>0.82</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</b>	<b>3.56</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	3.49	0.82	มาก
โครงการที่ 2: การจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ	3.58	0.87	มาก
โครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ	3.70	0.83	มาก
โครงการที่ 4: การติดตามผลหลังการรักษา	3.58	0.88	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.59</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์</b>	<b>3.58</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	3.65	0.82	มาก
โครงการที่ 2: การจัดประชุมนานาชาติเพื่อเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจบริการสุขภาพ	3.47	0.88	มาก

ตาราง 15.2 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 3: การจัด Road Show ในประเทศต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	3.58	0.90	มาก
โครงการที่ 4: จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เยอรมัน จีน ญี่ปุ่น อาราบิก	3.73	0.80	มาก
โครงการที่ 5: การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า	3.70	0.81	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.63</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.58</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 15.2 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 2 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.58 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 2 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.67 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.57 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 4: จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เยอรมัน จีน ญี่ปุ่น อาราบิก มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 5: การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.56 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ มี

ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 โครงการที่ 1: การสำรวจความต้องการของลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 1 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ำ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.50 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 4: การประเมินความพึงพอใจของลูกค้ำที่มาใช้บริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.63 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้ำที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.51 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 15.3

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ</b>	<b>3.52</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสร้างกลไกการบริหาร และศึกษาวิจัย ประเมินผลเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์	3.54	0.85	มาก
โครงการที่ 2: การแสวงหาคุคลากร เครื่องมือแพทย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน	3.60	0.86	มาก
โครงการที่ 3: การกระจายสินค้าไปยังลูกค้ำ ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อให้ลูกค้ำชาวต่างชาติเข้าถึง	3.61	0.81	มาก
โครงการที่ 4: การบริหารความเสี่ยง	3.55	0.81	มาก
โครงการที่ 5: การสร้างความร่วมมือด้านการแพทย์กับประเทศต่าง ๆ โดยการจัดประชุมวิชาการ	3.54	0.82	มาก
โครงการที่ 6: การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาล เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	3.62	0.85	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.58</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์</b>	<b>3.59</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.64	0.97	มาก

ตาราง 15.3 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 2: การจัดทำบัตรสุขภาพ V.I.P. สำหรับชาวต่างชาติ	3.64	0.82	มาก
โครงการที่ 3: การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการทางการแพทย์	3.54	0.83	มาก
โครงการที่ 4: การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์	3.72	0.74	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.63</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริหารลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น</b>	<b>3.63</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การเลือกและเสาะหากลุ่มลูกค้าเฉพาะด้านการแพทย์และสุขภาพจาก ประเทศกลุ่มเป้าหมาย	3.55	0.83	มาก
โครงการที่ 2: การคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ	3.53	0.82	มาก
โครงการที่ 3: การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันท่วงทีโดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล	3.64	0.86	มาก
โครงการที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล	3.71	0.87	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.61</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ</b>	<b>3.75</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์	3.71	0.82	มาก
โครงการที่ 2: การบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ	3.59	0.83	มาก
โครงการที่ 3: การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.52	0.81	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.61</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 15.3 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>กลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม</b>	<b>3.62</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: สนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์	3.73	0.81	มาก
โครงการที่ 2: โครงการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน	3.69	0.85	มาก
โครงการที่ 3: การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย	3.68	0.78	มาก
โครงการที่ 4: การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และการเอาใจใส่ต่อบุคลากรของโรงพยาบาล	3.72	0.83	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.70</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.69</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 15.3 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 3 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.69 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.75 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริการลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.63 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล มี

ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันท่วงทีโดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.64 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.62 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: สนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: โครงการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.69 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 4 : การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การจัดทำบัตรสุขภาพ V.I.P. สำหรับชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.64 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 5 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.52 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 6: การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาลเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.62 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3 : การกระจายสินค้าไปยังลูกค้า ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อให้ลูกค้าชาวต่างชาติเข้าถึง มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 15.4

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม</b>	<b>3.69</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.70	0.89	มาก



ตาราง 15.4 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 2: จัดประชุมระดมสมองเพื่อให้บุคลากรของโรงพยาบาลมีส่วนร่วมและพัฒนาการทำงาน	3.66	0.79	มาก
โครงการที่ 3: จัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ	3.72	0.89	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.69</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร</b>	<b>3.61</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล	3.72	0.83	มาก
โครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	3.72	0.84	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.72</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ</b>	<b>3.61</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว	3.70	0.82	มาก
โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม	3.66	0.81	มาก
โครงการที่ 3: การสร้างภาวะความเป็นผู้นำและการทำงานร่วมกัน	3.62	0.85	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.66</b>	<b>0.75</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.64</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 15.4 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 4 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.64 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1* มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.69 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมี

โครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: จัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสารและกลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยกลยุทธ์ที่ 2 มีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล และโครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์ที่ 3 มีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

#### 4. ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาคเอกชน เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

##### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของภาคเอกชนเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งการศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนจำนวนทั้งสิ้น 100 ราย โดยนำเสนอในรูปของความถี่และร้อยละ สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	27	27.00
หญิง	73	73.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>2. อายุ</b>		
17 – 24 ปี	21	21.00
25 – 34 ปี	39	39.00
35 – 44 ปี	27	27.00
45 – 54 ปี	11	11.00
55 – 64 ปี	2	2.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>3. สถานภาพ</b>		
โสด	63	63.00
สมรส	33	33.00
หม้าย	2	2.00
หย่าร้าง	2	2.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>4 การศึกษาขั้นสูงสุด</b>		
ต่ำกว่า ม.6 หรือเทียบเท่า	11	11.00
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	26	26.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	61	61.00
ปริญญาโท	2	2.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>5. อาชีพ</b>		
พนักงานเอกชน	67	67.00
ธุรกิจส่วนตัว	14	14.00
อื่น ๆ	19	19.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 16 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ย		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2	2.00
5,001 – 10,000 บาท	41	41.00
10,001 – 15,000 บาท	23	23.00
15,001 – 20,000 บาท	10	10.00
20,001 – 25,000 บาท	10	10.00
25,000 บาทขึ้นไป	14	14.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 16 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนเป็นเพศชาย ร้อยละ 27.00 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.00 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ร้อยละ 39.00 รองลงมาอายุระหว่าง 35 – 44 ปี ร้อยละ 27.00 อายุระหว่าง 17 – 24 ปี ร้อยละ 21.00 อายุระหว่าง 45 – 54 ปี ร้อยละ 11.00 และอายุระหว่าง 55 – 64 ปี ร้อยละ 2.00 โดยมีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 63.00 สมรส ร้อยละ 33.00 หม้าย ร้อยละ 2.00 และหย่าร้าง ร้อยละ 2.00

จากตาราง 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 26.00 อันดับ 3 คือ มีการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือเทียบเท่า ร้อยละ 11.00 และมีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

สำหรับการแบ่งกลุ่มตามอาชีพ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 67.00 ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 14.00 และอื่น ๆ เช่น พยาบาล บุรุษพยาบาล ไกด์ เป็นต้น ร้อยละ 19.00 ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 41.00 รองลงมา มีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 14.00 และมีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 23.00 ตามลำดับ

#### 4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ และการท่องเที่ยว

##### 4.2.1 การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

ทรัพยากรด้านการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ	3.42	0.71	มาก
2.จำนวนแพทย์ พยาบาล และบุคลากรที่ให้บริการ มีจำนวนเพียงพอสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติ	3.07	0.89	ปานกลาง
3.มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ	3.37	0.79	ปานกลาง
4.ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสม	3.00	0.92	ปานกลาง
5.มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.32	0.92	ปานกลาง
6.มีการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์	2.61	1.08	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.13</b>	<b>0.70</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 17 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.13 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นว่า จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ เป็นการบริการทางการแพทย์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.42 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 คือ การมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยเพียงพอต่อการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.37 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับ 3 คือ มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.32 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

#### 4.2.2 การตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง	4.15	0.77	มาก
2. ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล	3.86	0.84	มาก

ตาราง 18 (ต่อ)

ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
3. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางงานเทศกาลและงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีถือศีลกินผัก งานทำวเทพกษัตริ-ทำวศรีสุนทร งานผ้าต่อ	3.98	0.75	มาก
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เทียวเกาะต่างๆ	3.91	0.92	มาก
5. การบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร รถโดยสารประจำทางและรถท้องถิ่น การเดินทางโดยทางเรือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ประชาสัมพันธ์จังหวัดและมัคคุเทศก์ ร้านขายของที่ระลึก บ้ายบอทิตทาง ระบบสื่อความหมาย แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยว	3.79	1.04	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 18 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.94 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง เป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.15 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางงานเทศกาลและงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีถือศีลกินผัก งานทำวเทพกษัตริ-ทำวศรีสุนทร งานผ้าต่อ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.98 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เทียวเกาะต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.91 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของบริการทางการแพทย์

#### 4.3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

จุดแข็ง	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. มีโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาลที่เชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสากล	3.39	0.86	ปานกลาง
2. ค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ	3.57	0.92	มาก
3. มีบริการอำนวยความสะดวกและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.41	0.90	มาก
4. คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีอัธยาศัยดี	3.53	0.88	มาก
5. ทำการตลาดเชิงรุกในต่างประเทศ เช่น การรวมตัวของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อทำ Road Show ไปยังต่างประเทศ	2.96	1.02	ปานกลาง
6. ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม	3.44	1.05	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.72</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 19 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.38 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ เป็นจุดแข็งมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.57 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีอัธยาศัยดี โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.53 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.44 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

4.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

จุดอ่อน	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์	3.19	0.86	ปานกลาง
2.จำนวนแพทย์มีไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3.25	0.96	ปานกลาง
3.บริษัทประกันของบางประเทศไม่รองรับการจ่ายประกันค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทย	3.15	0.82	ปานกลาง
4.บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ	3.42	0.87	มาก
5.ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง	3.52	0.82	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.31</b>	<b>0.63</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 20 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.31 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นว่า ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง เป็นจุดอ่อนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.52 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.42 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ จำนวนแพทย์มีไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.25 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

4.3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาของการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต



ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาของการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

โอกาสในการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ภาครัฐให้การสนับสนุนในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ (Medical Hub of Asia)	3.37	0.88	ปานกลาง
2.โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเริ่มขยายเครือข่ายไปเปิดสาขายังต่างประเทศทั้งการเข้าไปซื้อหุ้นและการรับเข้าไปบริหารงาน	3.16	0.82	ปานกลาง
3.การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น	3.62	0.79	มาก
4.การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น	3.56	0.77	มาก
5.เป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ	3.46	0.80	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.43</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 21 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.43 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เป็นโอกาสในการพัฒนามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.62 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.56 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ เป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.46 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

4.3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

อุปสรรคต่อการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ถ้าคนไทยยังไม่ได้รับการบริการทางการแพทย์อย่างเพียงพอ รัฐอาจไม่สนับสนุนการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ	3.11	0.85	ปานกลาง
2. เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย	3.37	0.81	ปานกลาง
3. การแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย	3.28	0.85	ปานกลาง
4. สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไซ้หัดนก	4.02	1.10	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.44</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 22 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.44 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไซ้หัดนก เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.02 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.37 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับ 3 ได้แก่ การแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.28 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

#### 4.4 ทศนคติเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

วิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia)	3.60	0.93	มาก
2.จะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานระดับสากล	3.87	0.84	มาก
3.จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ	3.71	0.89	มาก
4.จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด	3.61	0.93	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 23 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.70 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่าจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานระดับสากล เป็นที่น่าสนใจมากอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.87 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 4 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia) มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

#### 4.5 ทศนคติเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

ยุทธศาสตร์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ยุทธศาสตร์การสร้างท่าเรือและการสร้างภาพลักษณ์	3.72	0.94	มาก
2. ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า	3.73	0.90	มาก
3. ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล	3.63	0.94	มาก
4. ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล	3.71	0.86	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 24 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.70 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า เป็นที่น่าสนใจมากอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมากอันดับ 2 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การสร้างท่าเรือและการสร้างภาพลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 4 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.63 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

#### 4.6 ทศนคติเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุคศาสตร์

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุคศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชน

ตาราง 25.1

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุคศาสตร์ที่ 1 ยุคศาสตร์การรื้อสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้</b>	<b>3.78</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์	3.79	0.76	มาก
โครงการที่ 2: เสนอบริการด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า	3.89	0.76	มาก
โครงการที่ 3: การหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัท ยาและเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและ รีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า	3.85	0.80	มาก
โครงการที่ 4: การเพิ่มผลกำไรจากลูกค้าที่มารับบริการทางการแพทย์ในปัจจุบัน	3.66	0.84	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.80</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ</b>			
โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์	3.50	0.74	มาก
โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์	3.67	0.75	มาก
โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด	3.86	0.90	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.68</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.75</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 25.1 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.75 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.78 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 2: เสนอบริการด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.89 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัทฯ และเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและรีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.79 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.86 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.67 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.50 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 25.2

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า</b>	<b>3.85</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย	3.58	0.74	มาก
โครงการที่ 2: การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์อย่างรวดเร็ว	3.61	0.90	มาก

ตาราง 25.2 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 3: การขายสินค้าด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสินค้าด้านบริการทางการแพทย์ เช่น การจัดทัวร์ระยะพักฟื้น	3.58	0.89	มาก
โครงการที่ 4: การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการทางการแพทย์	3.70	0.90	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.62</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์</b>	<b>3.70</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา	3.74	0.96	มาก
โครงการที่ 2: การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่	3.66	0.89	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.70</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</b>	<b>3.68</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	3.71	0.92	มาก
โครงการที่ 2: การจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มารับบริการ	3.66	1.05	มาก
โครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ	3.76	0.99	มาก
โครงการที่ 4: การติดตามผลหลังการรักษา	3.67	1.08	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.70</b>	<b>0.90</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์</b>	<b>3.59</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	3.57	0.99	มาก

ตาราง 25.2 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 2: การจัดประชุมนานาชาติเพื่อเปิดเสรี ทางการค้าด้านธุรกิจบริการสุขภาพ	3.42	0.93	มาก
โครงการที่ 3: การจัด Road Show ในประเทศต่าง ๆ เพื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	3.32	0.96	ปานกลาง
โครงการที่ 4: จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาของกลุ่ม เป้าหมาย ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เยอรมัน จีน ญี่ปุ่น อาราบิก	3.65	0.97	มาก
โครงการที่ 5: การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของ โรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า	3.71	0.95	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.53</b>	<b>0.82</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.70</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 25.2 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 2 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.70 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่ากลยุทธ์ที่ 1 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 4: การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.74 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.68



ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.76 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 โครงการที่ 1: การสำรวจความต้องการของลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 5: การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้ำ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินงานธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.57 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 25.3

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ</b>	<b>3.70</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสร้างกลไกการบริหาร และศึกษาวิจัย ประเมินผลเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์	3.56	0.76	มาก
โครงการที่ 2: การแสวงหาคู่มือ เครื่องมือแพทย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน	3.78	0.86	มาก
โครงการที่ 3: การกระจายสินค้าไปยังลูกค้ำ ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อให้ลูกค้ำชาวต่างชาติเข้าถึง	3.55	0.86	มาก
โครงการที่ 4: การบริหารความเสี่ยง	3.53	0.91	มาก
โครงการที่ 5: การสร้างความร่วมมือด้านการแพทย์กับประเทศต่าง ๆ โดยการจัดประชุมวิชาการ	3.58	0.85	มาก
โครงการที่ 6: การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาล เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	3.58	0.92	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.59</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 25.3 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์</b>	<b>3.76</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.76	0.93	มาก
โครงการที่ 2: การจัดทำบัตรสุขภาพ V.I.P. สำหรับชาวต่างชาติ	3.66	0.94	มาก
โครงการที่ 3: การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการทางการแพทย์	3.73	0.94	มาก
โครงการที่ 4: การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์	3.72	0.96	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.72</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริหารลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น</b>	<b>3.79</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การเลือกและเสาะหากลุ่มลูกค้าเฉพาะด้านการแพทย์และสุขภาพจาก ประเทศกลุ่มเป้าหมาย	3.53	0.85	มาก
โครงการที่ 2: การคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ	3.71	0.93	มาก
โครงการที่ 3: การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันที่โดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล	3.81	1.08	มาก
โครงการที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล	3.95	1.05	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.75</b>	<b>0.87</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ</b>	<b>3.69</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์	3.69	0.98	มาก

ตาราง 25.3 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 2: การบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ	3.54	0.89	มาก
โครงการที่ 3: การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.58	0.91	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.60</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: สนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์	3.84	0.94	มาก
โครงการที่ 2: โครงการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน	3.72	0.93	มาก
โครงการที่ 3: การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย	3.82	0.89	มาก
โครงการที่ 4: การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และการเอาใจใส่ต่อบุคคลากรของโรงพยาบาล	3.89	0.84	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.82</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.75</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 25.3 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 3 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.75 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่ากลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริการลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น และกลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.79 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยกลยุทธ์ที่ 3 มีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับ

ความคิดเห็นเท่ากับ 3.95 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันท่วงทีโดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.81 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์ที่ 5 มีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1 : สนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.84 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.82 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.76 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.76 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 2: การแสวงหาบุคลากร เครื่องมือแพทย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.78 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 5: การสร้างความร่วมมือด้านการแพทย์กับประเทศต่างๆ โดยการจัดประชุมวิชาการ และโครงการที่ 6: การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาลเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากัน คือ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.69 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.69 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 25.4

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม</b>	<b>3.82</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.89	1.03	มาก
โครงการที่ 2: จัดประชุมระดมสมองเพื่อให้บุคลากรของโรงพยาบาลมีส่วนร่วมและพัฒนาการทำงาน	3.65	0.95	มาก
โครงการที่ 3: จัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ	3.78	0.95	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.77</b>	<b>0.88</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร</b>	<b>3.74</b>	<b>0.75</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล	3.78	0.86	มาก
โครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	3.84	0.90	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.81</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ</b>	<b>3.70</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว	3.69	0.88	มาก
โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม	3.64	0.88	มาก
โครงการที่ 3: การสร้างภาวะความเป็นผู้นำและการทำงานร่วมกัน	3.62	0.88	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.65</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.75</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 25.4 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 4 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.75 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1* มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.82 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.89 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: จัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.78 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.74 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.84 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.78 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.69 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.64 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 5. ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาคประชาชน เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

### 5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของภาคประชาชนเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งการศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกลุ่มตัวอย่างภาค

ประชาชนจำนวนทั้งสิ้น 100 ราย โดยนำเสนอในรูปของความถี่และร้อยละ สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 26 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	44	44.00
หญิง	56	56.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>2. อายุ</b>		
17 – 24 ปี	47	47.00
25 – 34 ปี	19	19.00
35 – 44 ปี	10	10.00
45 – 54 ปี	16	16.00
55 – 64 ปี	7	7.00
65 ปีขึ้นไป	1	1.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>3. สถานภาพ</b>		
โสด	64	64.00
สมรส	32	32.00
หม้าย	3	3.00
หย่าร้าง	1	1.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>4 การศึกษาขั้นสูงสุด</b>		
ต่ำกว่า ม.6 หรือเทียบเท่า	6	6.00
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	20	20.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	69	69.00
ปริญญาโท	5	5.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>5. อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	17	17.00
พนักงานเอกชน	22	22.00
ธุรกิจส่วนตัว	11	11.00
นักเรียน/นักศึกษา	34	34.00

ตาราง 26 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อื่น ๆ	16	16.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>6. รายได้เฉลี่ย</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	13	13.00
5,001 – 10,000 บาท	31	31.00
10,001 – 15,000 บาท	14	14.00
15,001 – 20,000 บาท	15	15.00
20,001 – 25,000 บาท	8	8.00
25,000 บาทขึ้นไป	19	19.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 26 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน เป็นเพศชาย ร้อยละ 44.00 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.00 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 17 – 24 ปี ร้อยละ 47.00 รองลงมาอันดับ 2 อายุระหว่าง 25 – 34 ปี ร้อยละ 19.00 อายุระหว่าง 45 – 54 ปี ร้อยละ 16.00 อายุระหว่าง 35 – 44 ปี ร้อยละ 10.00 อายุระหว่าง 55 – 64 ปี ร้อยละ 7.00 และอายุ 65 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ โดยมีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 64.00 สมรส ร้อยละ 32.00 หม้าย ร้อยละ 3.00 และหย่าร้าง ร้อยละ 1.00

จากตาราง 26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างภาคประชาชนส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 20.00 อันดับ 3 คือ มีการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือเทียบเท่า ร้อยละ 6.00 และมีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สำหรับการแบ่งกลุ่มตามอาชีพ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างภาคประชาชนส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 22.00 อันดับ 3 คือ มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 17.00

ซึ่งการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 31.00 รองลงมา มีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 19.00 รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 15.00 รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 14.00 และรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 13.00 ตามลำดับ



## 5.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ และการท่องเที่ยว

### 5.2.1 การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

ทรัพยากรด้านการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ	3.46	0.94	มาก
2.จำนวนแพทย์ พยาบาล และบุคลากรที่ให้บริการ มีจำนวนเพียงพอสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติ	3.33	0.95	ปานกลาง
3.มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ	3.51	0.83	มาก
4.คำรักษาพยาบาลมีความเหมาะสม	3.35	0.86	ปานกลาง
5.มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.45	0.87	มาก
6. มีการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์	3.17	1.12	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.77</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 27 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.38 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นว่า การมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยเพียงพอต่อการให้บริการ เป็นการบริการทางการแพทย์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.51 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 คือ จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.46 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 คือ มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.45 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 5.2.2 การตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านการบริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง	4.34	0.67	มากที่สุด
2.ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล	4.09	0.73	มาก
3.ทรัพยากรท่องเที่ยวทางงานเทศกาลและงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีถือศีลกินผัก งานท้าวเทพกษัตรี-ท้าวศรีสุนทร งานผ้า ต่อ	3.97	0.89	มาก
4.กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เที่ยวเกาะต่างๆ	4.10	0.90	มาก
5.การบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร รถโดยสารประจำทางและรถท้องถิ่น การเดินทางโดย ทางเรือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ประชาสัมพันธ์จังหวัด และมัลติเทคก์ ร้านขายของที่ระลึก ป้ายบอกทิศทาง ระบบสื่อ ความหมาย แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยว	3.95	0.99	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.09</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 28 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 4.09 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง เป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.34 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เที่ยวเกาะต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.10 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 คือ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.09 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 5.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของบริการทางการแพทย์

#### 5.3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

จุดแข็ง	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. มีโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาลที่เชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสากล	3.67	0.80	มาก
2. ค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ	3.89	0.80	มาก
3. มีบริการอำนวยความสะดวกและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.56	0.78	มาก
4. คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีอัธยาศัยดี	3.85	0.83	มาก
5. ทำการตลาดเชิงรุกในต่างประเทศ เช่น การรวมตัวของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อทำ Road Show ไปยังต่างประเทศ	3.34	0.91	ปานกลาง
6. ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม	3.80	1.07	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.68</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 29 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.68 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ เป็นจุดแข็งมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.89 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีอัธยาศัยดี โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.80 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 5.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

จุดอ่อน	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์	3.24	0.82	ปานกลาง
2.จำนวนแพทย์มีไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3.12	0.84	ปานกลาง
3.บริษัทประกันของบางประเทศไม่รองรับการจ่ายประกันค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทย	3.03	0.73	ปานกลาง
4.บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ	3.30	0.88	ปานกลาง
5.ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง	3.46	0.85	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.23</b>	<b>0.61</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 30 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.23 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นว่า ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง เป็นจุดอ่อนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.46 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.30 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับ 3 ได้แก่ ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.24 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

### 5.3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

โอกาสในการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ภาครัฐให้การสนับสนุนในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ (Medical Hub of Asia)	3.31	0.71	ปานกลาง
2.โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเริ่มขยายเครือข่ายไปเปิดสาขาต่างประเทศทั้งการเข้าไปซื้อหุ้นและการรับเข้าไปบริหารงาน	3.35	0.84	ปานกลาง
3.การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น	3.56	0.77	มาก
4.การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น	3.54	0.80	มาก
5.เป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ	3.59	0.75	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.47</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 31 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.47 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า เป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ เป็นโอกาสในการพัฒนามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.47 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.56 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.54 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 5.3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 32 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

อุปสรรคต่อการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ถ้าคนไทยยังไม่ได้รับการบริการทางการแพทย์อย่างเพียงพอ รัฐอาจไม่สนับสนุนการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ	3.21	0.84	ปานกลาง
2. เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย	3.24	0.71	ปานกลาง
3. การแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย	3.29	0.78	ปานกลาง
4. สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไซหวัดนก	4.06	0.95	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.45</b>	<b>0.51</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 32 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.45 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไซหวัดนก เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.06 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมา อันดับ 2 ได้แก่ การแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.29 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับ 3 ได้แก่ เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.24 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

#### 5.4 ทศนคติเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

วิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia)	3.62	0.83	มาก
2.จะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานระดับสากล	3.73	0.80	มาก
3.จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ	3.64	0.80	มาก
4.จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด	3.70	0.74	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.67</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 33 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.67 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า จะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานระดับสากล เป็นที่น่าสนใจมากอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ได้แก่ จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.64 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 4 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia) มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.62 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 5.5 ทศนคติเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 34 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

ยุทธศาสตร์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ยุทธศาสตร์การสร้างท่าเรือและการสร้างภาพลักษณ์	3.84	0.76	มาก
2. ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า	3.72	0.83	มาก
3. ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล	3.78	0.76	มาก
4. ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล	3.65	0.78	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.75</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 34 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.75 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การสร้างท่าเรือและการสร้างภาพลักษณ์ เป็นที่น่าสนใจมากอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.84 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.78 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 4 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก



## 5.6 ทศนคติเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของแต่ละยุคศาสตร์

ตาราง 35 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของแต่ละยุคศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างภาคประชาชน

ตาราง 35.1

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุคศาสตร์ที่ 1 ยุคศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้</b>	<b>3.88</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์	3.81	0.79	มาก
โครงการที่ 2: เสนอบริการด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า	3.81	0.76	มาก
โครงการที่ 3: การหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัท ยาและเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและ รีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า	3.77	0.80	มาก
โครงการที่ 4: การเพิ่มผลกำไรจากลูกค้าที่มาใช้บริการทางการแพทย์ในปัจจุบัน	3.73	0.79	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.78</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ</b>			
โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์	3.53	0.82	มาก
โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์	3.52	0.82	มาก
โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด	3.77	0.79	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.61</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.83</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 35.1 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของยุคศาสตร์ที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย

ของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.83 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.88 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์ และโครงการที่ 2: เสนอบริการด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.81 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัทฯ และเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและรีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.77 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 4 : การเพิ่มผลกำไรจากลูกค้าที่มารับบริการทางการแพทย์ในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.79 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.77 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.53 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.52 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 35.2

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า</b>	<b>3.77</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย	3.70	0.76	มาก
โครงการที่ 2: การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์อย่างรวดเร็ว	3.63	0.73	มาก
โครงการที่ 3: การขายสินค้าด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสินค้าด้านบริการทางการแพทย์ เช่น การจัดทัวร์ระยะพักฟื้น	3.68	0.79	มาก

ตาราง 35.2 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 4: การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการทางการแพทย์	3.59	0.73	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.65</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์</b>	<b>3.75</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา	3.79	0.77	มาก
โครงการที่ 2: การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่	3.70	0.83	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.74</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</b>	<b>3.92</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	3.88	0.88	มาก
โครงการที่ 2: การจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ	3.90	0.87	มาก
โครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ	3.98	0.84	มาก
โครงการที่ 4: การติดตามผลหลังการรักษา	3.83	0.96	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.90</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์</b>	<b>3.97</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	3.85	0.83	มาก
โครงการที่ 2: การจัดประชุมนานาชาติเพื่อเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจบริการสุขภาพ	3.80	0.89	มาก
โครงการที่ 3: การจัด Road Show ในประเทศต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	3.50	0.85	มาก

ตาราง 35.2 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 4: จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เยอรมัน จีน ญี่ปุ่น อาราบิก	3.83	0.84	มาก
โครงการที่ 5: การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า	3.87	0.87	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.77</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.85</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 35.2 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของยุทธศาสตร์ที่ 2 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.85 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.97 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 5: การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.87 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินงานธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศ เป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.92 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.98 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 โครงการ ที่ 2 : การจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.90 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 1 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.77 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยของระดับความ

คิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การขายสินค้าด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสินค้าด้านบริการทางการแพทย์ เช่น การจัดทัวร์ระยะพักฟื้น มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.68 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.75 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.79 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 35.3

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ</b>	<b>3.88</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 2: การแสวงหาบุคลากร เครื่องมือแพทย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน	3.84	0.80	มาก
โครงการที่ 3: การกระจายสินค้าไปยังลูกค้า ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อให้ลูกค้าชาวต่างชาติเข้าถึง	3.75	0.81	มาก
โครงการที่ 4: การบริหารความเสี่ยง	3.71	0.81	มาก
โครงการที่ 5: การสร้างความร่วมมือด้านการแพทย์กับประเทศต่างๆ โดยการจัดประชุมวิชาการ	3.73	0.81	มาก
โครงการที่ 6: การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาล เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	3.90	0.81	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.79</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์</b>	<b>3.93</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.98	0.84	มาก
โครงการที่ 2: การจัดทำบัตรสุขภาพ V.I.P. สำหรับชาวต่างชาติ	3.77	0.89	มาก

ตาราง 35.3 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 3: การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการทางการแพทย์	3.82	0.82	มาก
โครงการที่ 4: การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์	3.82	0.76	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.85</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริหารลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น</b>	<b>3.91</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การเลือกและเสาะหากลุ่มลูกค้าเฉพาะด้านการแพทย์และสุขภาพจาก ประเทศกลุ่มเป้าหมาย	3.83	0.71	มาก
โครงการที่ 2: การคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ	3.84	0.80	มาก
โครงการที่ 3: การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันท่วงทีโดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล	3.82	0.81	มาก
โครงการที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล	3.86	0.80	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.84</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ</b>	<b>3.83</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์	3.75	0.83	มาก
โครงการที่ 2: การบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ	3.72	0.80	มาก
โครงการที่ 3: การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.76	0.80	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.74</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 35.3 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>กลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม</b>	3.84	0.75	มาก
โครงการที่ 1: สนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์	3.80	0.75	มาก
โครงการที่ 2: โครงการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน	3.64	0.87	มาก
โครงการที่ 3: การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย	3.86	0.75	มาก
โครงการที่ 4: การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และการเอาใจใส่ต่อบุคคลากรของโรงพยาบาล	3.82	0.80	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.78</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.89</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 35.3 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของยุทธศาสตร์ที่ 3 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.89 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.93 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักพื้น มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.98 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการทางการแพทย์ และโครงการที่ 4: การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากัน คือ 3.82 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริหารลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.91 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแล

เอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.86 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.84 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.88 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 6: การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาลเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.90 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การแสวงหาบุคลากร เครื่องมือแพทย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.84 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.84 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.86 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 4: การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และการเอาใจใส่ต่อบุคลากรของโรงพยาบาล ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.82 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 5 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.83 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3 : การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.76 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.75 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 35.4

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล</b>			
กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม	3.95	0.72	มาก



ตาราง 35.4 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.97	0.74	มาก
โครงการที่ 2: จัดประชุมระดมสมองเพื่อให้บุคลากรของโรงพยาบาลมีส่วนร่วมและพัฒนาการทำงาน	3.74	0.76	มาก
โครงการที่ 3: จัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ	3.85	0.70	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.85</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร</b>	<b>3.89</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูล และระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล	3.87	0.75	มาก
โครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	3.80	0.74	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.83</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ</b>	<b>3.82</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว	3.74	0.81	มาก
โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม	3.70	0.73	มาก
โครงการที่ 3: การสร้างภาวะความเป็นผู้นำและการทำงานร่วมกัน	3.65	0.81	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.70</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.89</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 35.4 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของยุทธศาสตร์ที่ 4 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.89 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า

กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.95 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.97 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: จัดส่งแพทย์บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.89 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.8 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 โครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.80 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.82 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.74 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 6. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท้องเกี่ยว เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท้องเกี่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

### 6.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกลุ่มตัวอย่างภาคนักท้องเกี่ยว จำนวนทั้งสิ้น 100 ราย โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่และร้อยละ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตาราง 36 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท้องเกี่ยว

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	50	50.00
หญิง	50	50.00
รวม	100	100.00

ตาราง 36 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
17 – 24 ปี	13	13.00
25 – 34 ปี	30	30.00
35 – 44 ปี	21	21.00
45 – 54 ปี	15	15.00
55 – 64 ปี	18	18.00
65 ปีขึ้นไป	3	3.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
3. สัญชาติ		
Australian	3	3.00
Austrian	3	3.00
British	8	8.00
Canadian	9	9.00
English	5	5.00
French	4	4.00
German	10	10.00
Irish	2	2.00
Italian	7	7.00
Japanese	4	4.00
Korean	4	4.00
Norwegian	4	4.00
Russian	11	11.00
Spanish	4	4.00
Swedish	9	9.00
American	13	13.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
4. สถานภาพ		
โสด	29	29.00
สมรส	64	64.00
หม้าย	4	4.00

ตาราง 36 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หย่าร้าง	3	3.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>5 การศึกษาขั้นสูงสุด</b>		
ต่ำกว่า ม.6 หรือเทียบเท่า	5	5.00
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	27	27.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	55	55.00
ปริญญาโท	13	13.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>6. อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29	29.00
พนักงานเอกชน	17	17.00
ธุรกิจส่วนตัว	39	39.00
นักเรียน/นักศึกษา	11	11.00
อื่น ๆ	4	4.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>7. รายได้เฉลี่ย</b>		
ต่ำกว่า 5,000 USD	26	26.00
5,001 – 10,000 USD	23	23.00
10,001 – 15,000 USD	24	24.00
15,001 – 20,000 USD	16	16.00
20,001 – 25,000 USD	9	9.00
25,000 USD ขึ้นไป	2	2.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 36 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.00 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.00 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ร้อยละ 30.00 รองลงมาอายุระหว่าง 35 – 44 ปี ร้อยละ 21.00 อายุระหว่าง 55 – 64 ปี ร้อยละ 18.00 อายุระหว่าง 45 – 54 ปี ร้อยละ 15.00 อายุระหว่าง 17 – 24 ปี ร้อยละ 13.00 และอายุ 65 ปีขึ้นไป ร้อยละ 3.00 โดยมีสัญชาติ American มากที่สุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 13.00 รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ Russian ร้อยละ 11.00 และ German ร้อยละ 10.00

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 64.00 เป็นโสด ร้อยละ 29.00 หม้าย ร้อยละ 4.00 และหย่าร้าง ร้อยละ 3.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 27.00 อันดับ 3 คือ มีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 13.00 และมีการศึกษาดำกว่า ม.6 หรือเทียบเท่า ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สำหรับการแบ่งกลุ่มตามอาชีพ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมา คือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 29.00 และเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 29.00 ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 USD ร้อยละ 26.00 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 USD ร้อยละ 24.00 มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 USD ร้อยละ 23.00 และมีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 USD ร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

### 6.1.1 ผลการศึกษาลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และการรับรู้ข่าวสาร

#### 6.1.1.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ตาราง 37 จำนวนร้อยละ ของลักษณะการเดินทาง ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เดินทางคนเดียว	19	19.00
2. เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	26	26.00
3. เดินทางมากับครอบครัว	52	52.00
4. อื่น ๆ	3	3.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากข้อมูลในตาราง 37 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 52.00 รองลงมาอันดับที่ 2 เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 26.00 และเดินทางคนเดียว ร้อยละ 19.00

#### 6.1.1.2 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ตาราง 38 จำนวนร้อยละ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 7 วัน	17	17.00
2. 1 – 2 สัปดาห์	44	44.00
3. 3 – 4 สัปดาห์	15	15.00
4. มากกว่า 4 สัปดาห์	17	17.00
5. ผ่านักระยะยาว	7	7.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 38 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 – 2 สัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 อันดับที่ 2 ได้แก่ ต่ำกว่า 7 วัน และมากกว่า 4 สัปดาห์ ร้อยละ 17.00 และอันดับที่ 3 ได้แก่ 3 – 4 สัปดาห์ ร้อยละ 15.00

### 6.1.1.3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลในประเทศไทย

ตาราง 39 จำนวนร้อยละ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

การรับรู้ข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	6	6.00
2. เพื่อนหรือญาติ	20	20.00
3. โบชัวร์ของโรงพยาบาล	23	23.00
4. ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว	21	21.00
5. อินเทอร์เน็ต	30	30.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 39 ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาล จากอินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 30.00 อันดับที่ 2 ได้แก่ โบชัวร์ ร้อยละ 23.00 และศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ร้อยละ 21.00 และเพื่อนหรือญาติ ร้อยละ 20.00

## 6.2 ผลการศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 40 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจเกี่ยวกับการเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

สิ่งจูงใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. คุณภาพและมาตรฐานของการรักษาพยาบาล	4.03	0.69	มาก
2. ความมีชื่อเสียงในการบริการ	3.85	0.67	มาก
3. มีทีมแพทย์และพยาบาลที่เชี่ยวชาญในการรักษาโรค	3.74	0.72	มาก
4. ค่ารักษาพยาบาลถูกกว่าประเทศอื่น	3.92	0.73	มาก
5. ต้องการท่องเที่ยวระหว่างการรักษาพยาบาล	3.72	0.79	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.85</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 40 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการด้านการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญโดยรวมเท่ากับ 3.85 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า คุณภาพและมาตรฐานของการรักษาพยาบาล เป็นแรงจูงใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.03 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ค่ารักษาพยาบาลถูกกว่าประเทศอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.92 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ความมีชื่อเสียงในการบริการอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 6.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 41 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

บริการด้านการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. คุณภาพและมาตรฐานของการรักษาพยาบาล	3.81	0.69	มาก
2. คุณภาพและมาตรฐานของเครื่องมือแพทย์	3.76	0.68	มาก
3. คุณภาพและมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในโรงพยาบาล	3.69	0.75	มาก
4. การติดตามผลหลังการรักษา	3.59	0.65	มาก
5. ราคาในการรักษามีความเหมาะสม	3.69	0.68	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 41 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.70 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า คุณภาพและมาตรฐานของการรักษาพยาบาล สร้างความพึงพอใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.81 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 คือ คุณภาพและมาตรฐานของเครื่องมือแพทย์ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.76 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 คือ คุณภาพและมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในโรงพยาบาล และราคาในการรักษามีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากัน คือ 3.69 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 6.4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ และการท่องเที่ยว

### 6.4.1 การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 42 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ทรัพยากรด้านการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ	3.69	0.85	มาก
2. จำนวนแพทย์ พยาบาล และบุคลากรที่ให้บริการ มีจำนวนเพียงพอสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติ	3.57	0.79	มาก
3. มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ	3.55	0.77	มาก
4. ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสม	3.59	0.80	มาก
5. มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.52	0.67	มาก
6. มีการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์	3.39	0.74	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.55</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 42 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.55 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ เป็นการบริการทางการแพทย์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.69 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 คือ ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 คือ จำนวนแพทย์ พยาบาล และบุคลากรที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.57 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก



## 6.4.2 การตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 43 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง	3.85	0.92	มาก
2.ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล	3.67	0.83	มาก
3.ทรัพยากรท่องเที่ยวทางงานเทศกาลและงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีถือศีลกินผัก งานท้าวเทพกษัตรี-ท้าวศรีสุนทร งานผ้า ต่อ	3.66	0.83	มาก
4.กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เที่ยวเกาะต่างๆ	3.67	0.78	มาก
5.การบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร รถโดยสารประจำทางและรถท้องถิ่น การเดินทางโดย ทางเรือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว แผนที่ประชาสัมพันธ์จังหวัด และมัคคุเทศก์ ร้านขายของที่ระลึก ป้ายบอกทิศทาง ระบบสื่อ ความหมาย แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยว	3.51	0.83	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.67</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 43 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.67 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง เป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล และกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เที่ยวเกาะต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากัน คือ 3.67 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางงานเทศกาลและงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีถือศีลกินผัก งานท้าวเทพกษัตรี-ท้าวศรีสุนทร งานผ้าต่อ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

6.4.3 การสำรวจความต้องการในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในโรงพยาบาลเอกชนจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 44 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำรวจความต้องการในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชนจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

บริการด้านการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. การตรวจสุขภาพ	3.86	0.67	มาก
2. การตรวจรักษาสุขภาพฟัน	3.66	0.67	มาก
3. ศัลยกรรมตกแต่ง	3.41	0.94	มาก
4. การตรวจรักษาโรคหัวใจ	3.41	0.93	มาก
5. สูตินรีเวช	3.39	0.93	ปานกลาง
6. การตรวจรักษาตา/ หู คอ จมูก	3.50	0.78	มาก
7. การตรวจรักษาโรคกระดูก/ไขข้อ	3.34	0.82	ปานกลาง
8. การรักษาโรคไต	3.37	0.79	ปานกลาง
9. การรักษาโรคทางสมอง	3.37	0.85	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.48</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 44 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.48 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่าจะเข้ารับบริการทางการแพทย์ ด้านการตรวจสุขภาพ เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.86 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ด้านการตรวจรักษาสุขภาพฟัน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ด้านการตรวจรักษาตา/ หู คอ จมูก มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.50 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

6.4.4 การสำรวจความต้องการในการเข้ารับบริการการแพทย์ทางเลือกในจังหวัดภูเก็ต ตาราง 45 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำรวจความต้องการในการเข้ารับบริการการแพทย์ทางเลือกในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ทรัพยากรด้านการแพทย์ทางเลือก	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. Acupuncture	3.60	0.74	มาก
2. Chinese Massage	3.53	0.77	มาก
3. Cupping	3.37	0.66	ปานกลาง
4. Herbal Medicines	3.41	0.74	มาก
5. Smoke Toxin Release	3.66	0.71	มาก
6. Spa and Relaxation	3.85	0.72	มาก
7. Detoxication / Purification	3.58	0.67	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.57</b>	<b>0.49</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 45 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำรวจความต้องการในการเข้ารับบริการการแพทย์ทางเลือกในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.57 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า Spa and Relaxation เป็นทรัพยากรด้านการแพทย์ทางเลือกที่ต้องการมากที่สุด เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ Smoke Toxin Release โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ Acupuncture โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

#### 6.4.5 การสำรวจความต้องการด้านการบริการในโรงพยาบาลเอกชนของจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 46 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำรวจความต้องการด้านการบริการในโรงพยาบาลเอกชนของจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

บริการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ห้องพักรผู้ป่วย	3.75	0.74	มาก
2. ห้องพักรฟื้นสำหรับผู้ป่วยและญาติ	3.66	0.64	มาก
3. Business center ฟิตเนส และร้านเสริมสวย	3.51	0.85	มาก
4. การสื่อสารและล่าม	3.56	0.78	มาก
5. ร้านอาหารและร้านค้าสะดวกซื้อ	3.59	0.65	มาก

ตาราง 46 (ต่อ)

บริการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
6. แพคเกจท่องเที่ยว (รวมค่ารักษาพยาบาล ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเดินทางและท่องเที่ยว)	3.50	0.74	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.53</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 46 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำรวจความต้องการด้านการบริการในโรงพยาบาลเอกชนของจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.59 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ห้องพักรักษาผู้ป่วยเป็นการบริการที่ต้องการมากที่สุด เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.75 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ห้องพักรักษาผู้ป่วยและญาติ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ร้านอาหารและร้านค้าสะดวกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 6.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

### 6.5.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 47 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

จุดแข็ง	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. มีโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาลที่เชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสากล	3.73	0.65	มาก
2. ค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ	3.58	0.67	มาก
3. มีบริการอำนวยความสะดวกและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.61	0.69	มาก
4. คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีอัธยาศัยดี	3.56	0.61	มาก
5. ทำการตลาดเชิงรุกในต่างประเทศ เช่น การรวมตัวของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อทำ Road Show ไปยังต่างประเทศ	3.49	0.70	มาก

ตาราง 47 (ต่อ)

จุดแข็ง	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
6. ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาใน ธรรมชาติที่งดงาม	3.53	0.66	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.58</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 47 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.58 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า มีโรงพยาบาล แพทย์พยาบาลที่เชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสากล เป็นจุดแข็งมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ มีบริการอำนวยความสะดวกและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

#### 6.5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 48 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

จุดอ่อน	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง บริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้าน การแพทย์	3.77	0.65	มาก
2.จำนวนแพทย์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3.53	0.56	มาก
3.บริษัทประกันของบางประเทศไม่รองรับการจ่ายประกันค่า รักษาพยาบาลในประเทศไทย	3.59	0.68	มาก

ตาราง 48 (ต่อ)

จุดอ่อน	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
4.บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ	3.44	0.61	มาก
5.ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง	3.57	0.61	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.58</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 48 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ เป็นจุดอ่อนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.77 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ บริษัทประกันของบางประเทศไม่รองรับการจ่ายประกันค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.57 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 6.5.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 49 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

โอกาสในการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.ภาครัฐให้การสนับสนุนในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ (Medical Hub of Asia)	3.65	0.67	มาก
2.โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเริ่มขยายเครือข่ายไปเปิดสาขายังต่างประเทศทั้งการเข้าไปซื้อหุ้นและการรับเข้าไปบริหารงาน	3.61	0.58	มาก
3.การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น	3.56	0.62	มาก

ตาราง 49 (ต่อ)

โอกาสในการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
4. การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น	3.60	0.64	มาก
5. เป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ	3.53	0.59	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.42</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 49 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.59 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่าเป็นการสนับสนุนในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ (Medical Hub of Asia) เป็นโอกาสในการพัฒนามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเริ่มขยายเครือข่ายไปเปิดสาขาต่างประเทศทั้งการเข้าไปซื้อหุ้นและการรับเข้าไปบริหารงาน โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในมาก และอันดับ 3 ได้แก่ การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุนทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

#### 6.5.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 50 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

อุปสรรคต่อการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ถ้าคนไทยยังไม่ได้รับการบริการทางการแพทย์อย่างเพียงพอ รัฐอาจไม่สนับสนุนการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ	3.59	0.67	มาก
2. เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย	3.49	0.64	มาก

ตาราง 50 (ต่อ)

อุปสรรคต่อการพัฒนา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
3.การแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย	3.41	0.62	มาก
4.สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไซหวัดนก	3.50	0.70	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.49</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 50 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.50 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ถ้าคนไทยยังไม่ได้รับการบริการทางการแพทย์อย่างเพียงพอ รัฐอาจไม่สนับสนุนการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไซหวัดนก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.50 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับ 3 ได้แก่ เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.49 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 6.6 ทศนคติเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 51 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

วิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1.จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia)	3.61	0.60	มาก
2.จะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานระดับสากล	3.59	0.71	มาก



ตาราง 51 (ต่อ)

วิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
3.จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ	3.44	0.66	มาก
4.จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด	3.48	0.58	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.53</b>	<b>0.47</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 51 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.53 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia) เป็นที่น่าสนใจมากอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ จะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานระดับสากล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.48 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 4 ได้แก่ จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.44 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 6.7 ทศนคติเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 52 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ยุทธศาสตร์การสร้างท่าเรือและการสร้างภาพลักษณ์	3.71	0.69	มาก
2. ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า	3.62	0.60	มาก
3. ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล	3.52	0.63	มาก
4. ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล	3.51	0.61	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.47</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 52 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.59 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การสร้างท่าเรือและการสร้างภาพลักษณ์ เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.62 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายในโดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.52 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 4 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.51 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 6.8 ทศนคติเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุคศาสตร์

ตาราง 53 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของแต่ละยุคศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ตาราง 53.1

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุคศาสตร์ที่ 1 ยุคศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้</b>	<b>3.63</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์	3.65	0.63	มาก
โครงการที่ 2: เสนอบริการด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า	3.58	0.67	มาก
โครงการที่ 3: การหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัท ยาและเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและ รีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า	3.57	0.65	มาก
โครงการที่ 4: การเพิ่มผลกำไรจากลูกค้าที่มารับบริการทางการแพทย์ในปัจจุบัน	3.62	0.56	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.60</b>	<b>0.43</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ</b>	<b>3.60</b>	<b>0.53</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์	3.58	0.59	มาก
โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์	3.52	0.64	มาก
โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด	3.63	0.66	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.58</b>	<b>0.43</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.61</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 53.1 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของยุทธศาสตร์ที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.61 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.63 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 4: การเพิ่มผลกำไรจากลูกค้าที่มาใช้บริการทางการแพทย์ในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.62 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 2: เสนอบริการด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.63 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.52 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 53.2

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า</b>	<b>3.58</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย	3.61	0.63	มาก
โครงการที่ 2: การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์อย่างรวดเร็ว	3.55	0.59	มาก
โครงการที่ 3: การขายสินค้าด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสินค้าด้านการบริการทางการแพทย์ เช่น การจัดทัวร์ระยะพักฟื้น	3.42	0.67	มาก

ตาราง 53.2 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 4: การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการทางการแพทย์	3.59	0.60	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.54</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์</b>	<b>3.48</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา	3.69	0.66	มาก
โครงการที่ 2: การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่	3.69	0.66	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.69</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</b>	<b>3.55</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	3.60	0.64	มาก
โครงการที่ 2: การจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ	3.61	0.62	มาก
โครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ	3.61	0.66	มาก
โครงการที่ 4: การติดตามผลหลังการรักษา	3.55	0.66	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.59</b>	<b>0.45</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์</b>	<b>3.71</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	3.78	0.70	มาก
โครงการที่ 2: การจัดประชุมนานาชาติเพื่อเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจบริการสุขภาพ	3.61	0.63	มาก
โครงการที่ 3: การจัด Road Show ในประเทศต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	3.59	0.62	มาก

ตาราง 53.2 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 4: จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เยอรมัน จีน ญี่ปุ่น อาราบิก	3.58	0.62	มาก
โครงการที่ 5: การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า	3.57	0.61	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.63</b>	<b>0.42</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.58</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 53.2 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของยุทธศาสตร์ที่ 2 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.70 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินงานธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.78 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การจัดประชุมนานาชาติเพื่อเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจบริการสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 1 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 4: การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.55 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 2: การจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ และโครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่อง

ค่าประกันสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 โครงการที่ 1: การสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.48 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจ ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษามีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.69 และโครงการที่ 2 : การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 53.3

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล</b>			
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ</b>	<b>3.59</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสร้างกลไกการบริหาร และศึกษาวิจัย ประเมินผลเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์	3.63	0.65	มาก
โครงการที่ 2: การแสวงหาคู่มือเครื่องมือแพทย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน	3.50	0.64	มาก
โครงการที่ 3: การกระจายสินค้าไปยังลูกค้า ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อให้ลูกค้าชาวต่างชาติเข้าถึง	3.70	0.54	มาก
โครงการที่ 4: การบริหารความเสี่ยง	3.56	0.67	มาก
โครงการที่ 5: การสร้างความร่วมมือด้านการแพทย์กับประเทศต่างๆ โดยการจัดประชุมวิชาการ	3.60	0.60	มาก
โครงการที่ 6: การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาล เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	3.53	0.69	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.59</b>	<b>0.40</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์</b>	<b>3.58</b>	<b>0.52</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.59	0.59	มาก
โครงการที่ 2: การจัดทำบัตรสุขภาพ V.I.P. สำหรับชาวต่างชาติ	3.53	0.66	มาก

ตาราง 53.3 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 3: การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการทางการแพทย์	3.55	0.59	มาก
โครงการที่ 4: การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์	3.51	0.61	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.54</b>	<b>0.43</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริหารลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น</b>	<b>3.52</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การเลือกและเสาะหากลุ่มลูกค้าเฉพาะด้านการแพทย์และสุขภาพจาก ประเทศกลุ่มเป้าหมาย	3.56	0.61	มาก
โครงการที่ 2: การคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ	3.44	0.66	มาก
โครงการที่ 3: การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันเวลาที่โดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล	3.56	0.64	มาก
โครงการที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล	3.57	0.65	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.53</b>	<b>0.46</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ</b>	<b>3.55</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์	3.56	0.59	มาก
โครงการที่ 2: การบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ	3.53	0.61	มาก
โครงการที่ 3: การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.56	0.71	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.55</b>	<b>0.49</b>	<b>มาก</b>



ตาราง 53.3 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>กลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม</b>	<b>3.68</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: สนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์	3.76	0.60	มาก
โครงการที่ 2: โครงการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน	3.53	0.63	มาก
โครงการที่ 3: การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย	3.57	0.57	มาก
โครงการที่ 4: การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และการเอาใจใส่ต่อบุคลากรของโรงพยาบาล	3.46	0.56	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.58</b>	<b>0.40</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.58</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 53.3 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของยุทธศาสตร์ที่ 3 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.58 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า **กลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม** มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.68 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: สนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.76 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.57 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

**กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ** มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การกระจายสินค้าไปยังลูกค้า ปรับปรุงกฎ ระเบียบเพื่อให้ลูกค้าชาวต่างชาติเข้าถึง มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2

ได้แก่ โครงการที่ 1: การจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสร้างกลไกการบริหาร และศึกษาวิจัย ประเมินผลเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.63 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.55 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.55 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสอบสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และโครงการที่ 3 : การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากัน คือ 3.56 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.53 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริการลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 5 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.52 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.57 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การเลือกและเสาะหากลุ่มลูกค้าเฉพาะด้านการแพทย์และสุขภาพจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย และโครงการที่ 3: การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันท่วงทีโดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากัน คือ 3.56 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 53.4

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล</b>			
กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม	3.65	0.57	มาก

ตาราง 53.4 (ต่อ)

กลยุทธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.65	0.59	มาก
โครงการที่ 2: จัดประชุมระดมสมองเพื่อให้บุคลากรของโรงพยาบาลมีส่วนร่วมและพัฒนาการทำงาน	3.60	0.67	มาก
โครงการที่ 3: จัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ	3.53	0.61	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.59</b>	<b>0.46</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร</b>	<b>3.55</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล	3.53	0.63	มาก
โครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	3.75	0.56	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.64</b>	<b>0.47</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ</b>	<b>3.47</b>	<b>0.52</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว	3.54	0.61	มาก
โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม	3.57	0.57	มาก
โครงการที่ 3: การสร้างภาวะความเป็นผู้นำและการทำงานร่วมกัน	3.65	0.63	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.59</b>	<b>0.47</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.56</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 53.4 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของยุทธศาสตร์ที่ 4 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.56 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่ากลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์

มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: จัดประชุมระดมสมองเพื่อให้บุคลากรของโรงพยาบาลมีส่วนร่วมและพัฒนาการทำงาน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.55 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.75 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.53 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.47 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การสร้างภาวะความเป็นผู้นำและการทำงานร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.57 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

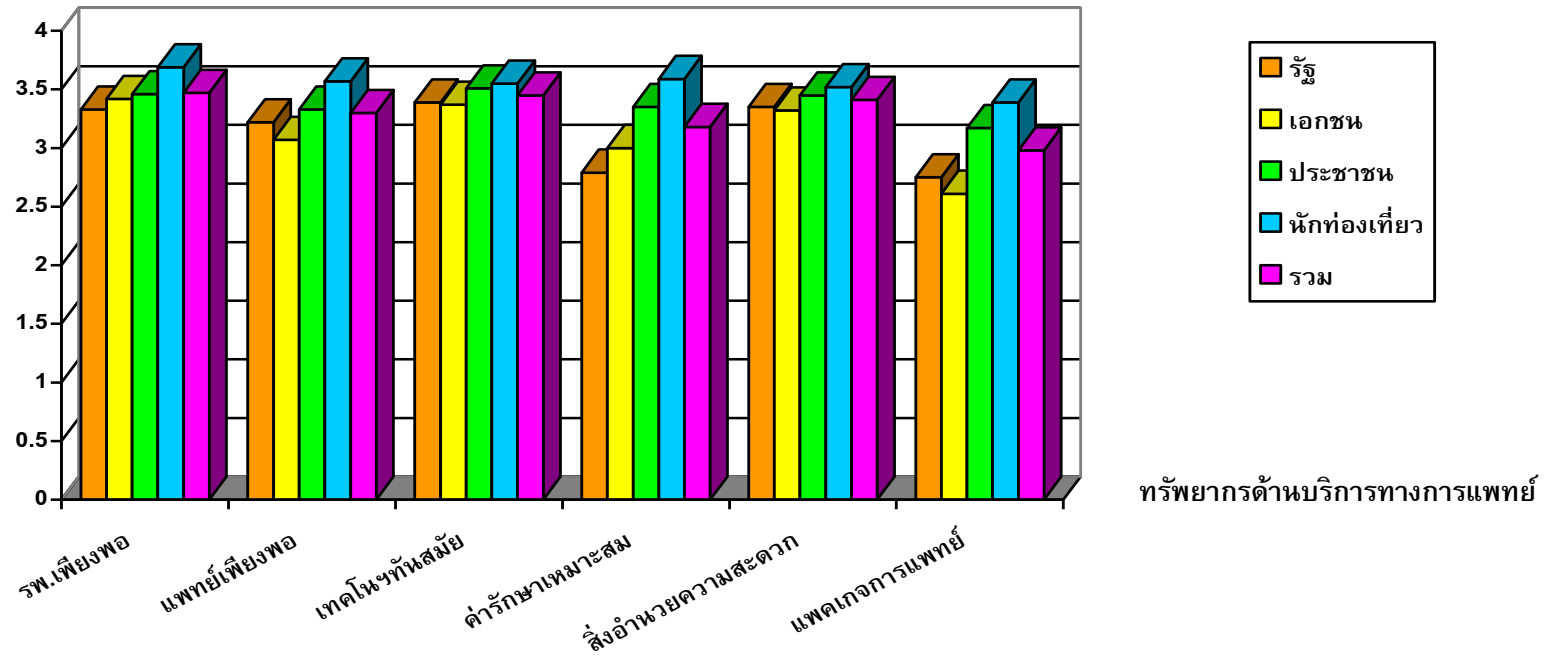
## 7. ผลการศึกษาความคิดเห็นในภาพรวมของภาคประชาชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

### 7.1 การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 54 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ทรัพยากรด้านการแพทย์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ	3.33	0.89	ปานกลาง	3.42	0.71	มาก	3.46	0.94	มาก	3.69	0.85	มาก	3.47	0.85	มาก
2. จำนวนแพทย์ พยาบาล และบุคลากรที่ให้บริการ มีจำนวนเพียงพอสำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติ	3.22	0.87	ปานกลาง	3.07	0.89	ปานกลาง	3.33	0.95	ปานกลาง	3.57	0.79	มาก	3.30	0.87	ปานกลาง
3. มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ	3.39	0.76	ปานกลาง	3.37	0.79	ปานกลาง	3.51	0.83	มาก	3.55	0.77	มาก	3.45	0.79	มาก
4. ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสม	2.79	0.87	ปานกลาง	3.00	0.92	ปานกลาง	3.35	0.86	ปานกลาง	3.59	0.80	มาก	3.18	0.86	ปานกลาง
5. มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.35	0.81	ปานกลาง	3.32	0.32	ปานกลาง	3.45	0.87	มาก	3.52	0.67	มาก	3.41	0.82	มาก
6. มีการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์	2.75	0.83	ปานกลาง	2.61	1.08	ปานกลาง	3.71	1.12	ปานกลาง	3.39	0.74	ปานกลาง	2.98	0.94	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.14</b>	<b>0.59</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.13</b>	<b>0.70</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.38</b>	<b>0.77</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.55</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>	<b>3.42</b>	<b>0.66</b>	<b>มาก</b>

ค่าเฉลี่ย



ทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์

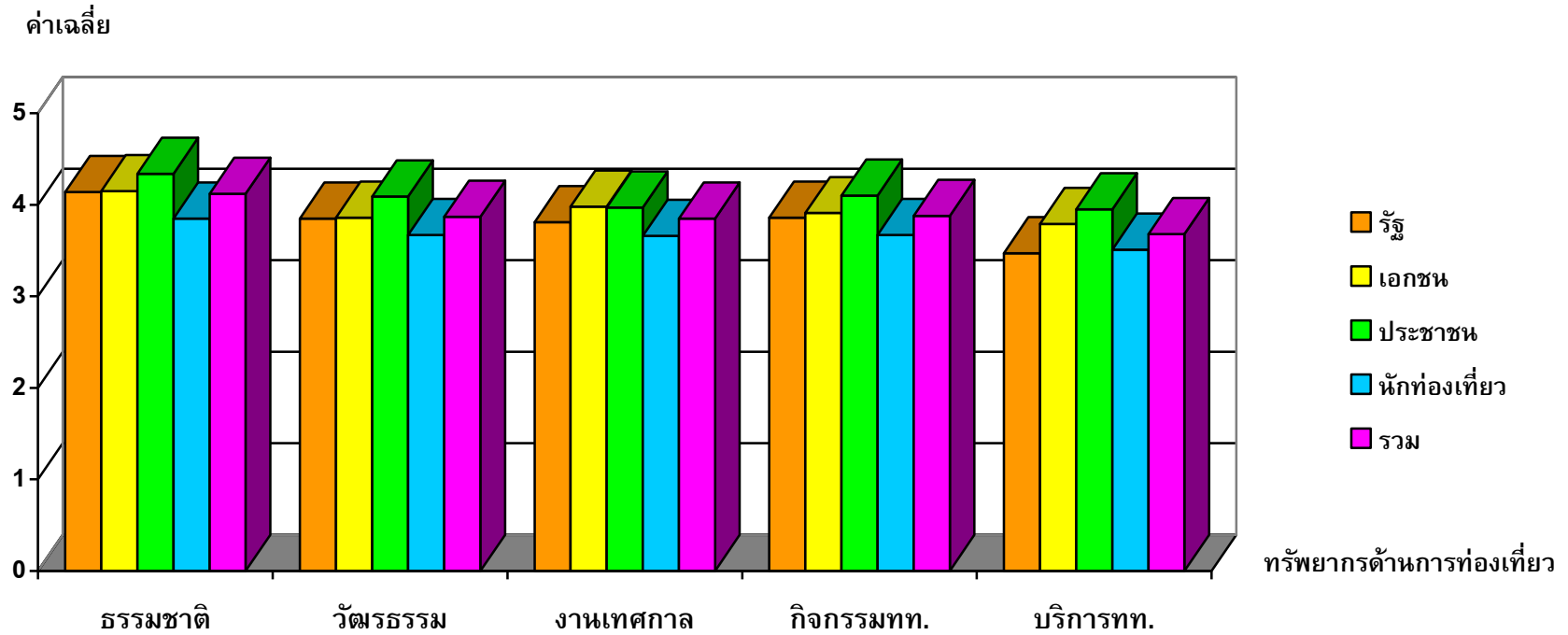
ภาพประกอบ 25 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

จากตาราง 54 และภาพประกอบ 25 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต มีค่าความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.42 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความเห็นว่า จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ ถือเป็นทรัพยากรการบริการทางการแพทย์อันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.47 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ การมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยเพียงพอต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.45 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และมีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.41 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 7.2 การตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 55 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง	4.14	0.70	มาก	4.15	0.77	มาก	4.34	0.67	มากที่สุด	3.85	0.92	มาก	4.12	0.76	มาก
2. ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล	3.85	0.66	มาก	3.86	0.84	มาก	4.09	0.73	มาก	3.67	0.83	มาก	3.87	0.76	มาก
3. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางงานเทศกาลและงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีถือศีลกินผัก งานห้าว เทพกษัตริย์-ห้าวศรีสุนทร งานผ้าต่อ	3.81	0.79	มาก	3.98	0.75	มาก	3.97	0.89	มาก	3.66	0.83	มาก	3.85	0.81	มาก
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เที่ยวเกาะต่างๆ	3.86	0.91	มาก	3.91	0.92	มาก	4.10	0.90	มาก	3.67	0.78	มาก	3.88	0.89	มาก
5. การบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร รถโดยสารประจำทางและรถท้องถิ่น การเดินทางโดยทางเรือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว แผ่นพับประชาสัมพันธ์ จังหวัดและมัคคุเทศก์ ร้านขายของที่ระลึก บ้ายบอกทิศทาง ระบบสื่อความหมาย แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยว	3.47	0.85	มาก	3.79	1.04	มาก	3.95	0.99	มาก	3.51	0.83	มาก	3.68	0.93	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>	<b>3.94</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>	<b>4.09</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>	<b>3.67</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>	<b>3.88</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>



ภาพประกอบ 26 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

จากตาราง 55 และภาพประกอบ 26 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีค่าความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.88 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความเห็นว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง เป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.12 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ส่องเรือ สปา เดินป่า เทียวเกาะต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.88 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.87 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

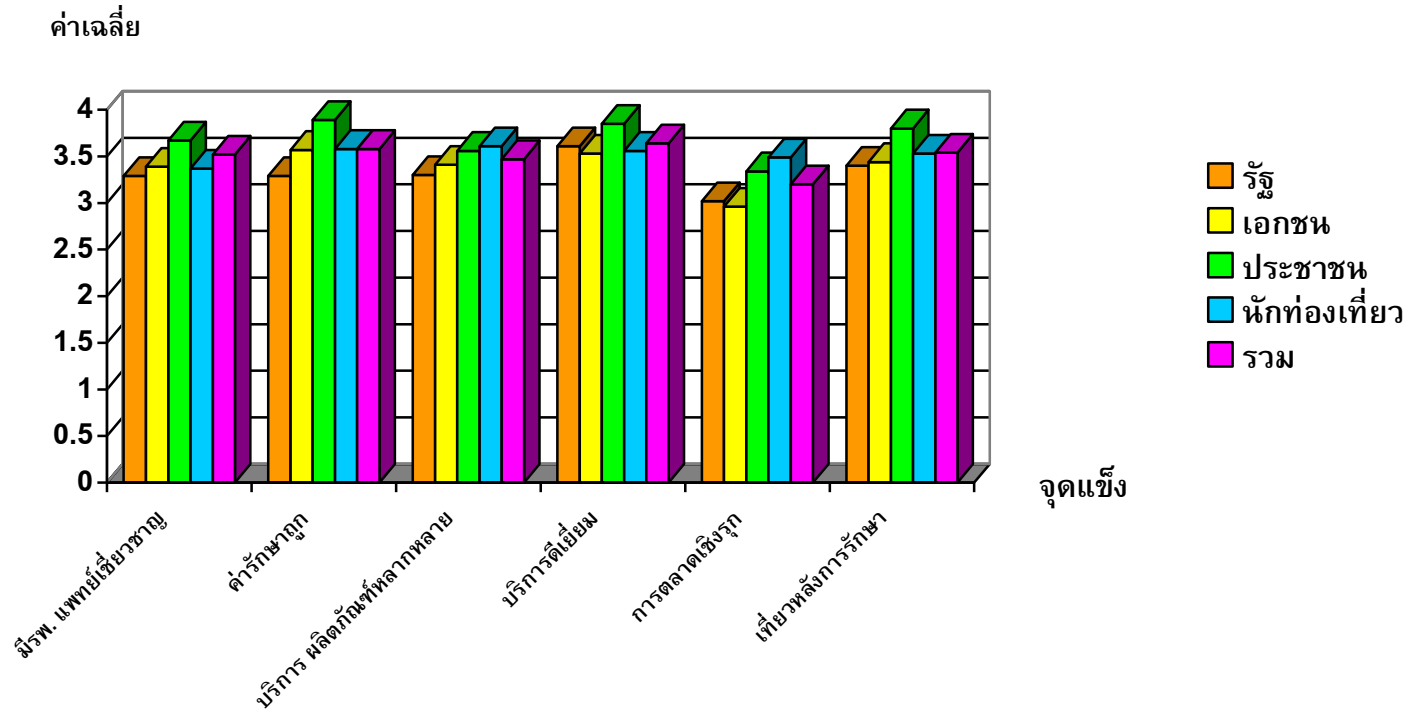


### 7.3 ผลการศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยวงเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

#### 7.3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวงเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 56 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวงเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. มีโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาลที่เชี่ยวชาญและเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสากล	3.29	0.70	ปานกลาง	3.39	0.86	ปานกลาง	3.39	0.86	มาก	3.73	0.65	มาก	3.52	0.75	มาก
2. ค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ	3.29	0.84	ปานกลาง	3.57	0.92	มาก	3.57	0.92	มาก	3.58	0.67	มาก	3.58	0.81	มาก
3. มีบริการอำนวยความสะดวกและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.30	0.64	ปานกลาง	3.41	0.90	มาก	3.41	0.90	มาก	3.61	0.69	มาก	3.47	0.75	มาก
4. คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีอัยาศัยดี	3.61	0.81	มาก	3.53	0.88	มาก	3.53	0.88	มาก	3.56	0.61	มาก	3.64	0.78	มาก
5. ทำการตลาดเชิงรุกในต่างประเทศ เช่น การรวมตัวของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อทำRoad Show ไปยังต่างประเทศ	3.02	0.82	ปานกลาง	2.96	1.02	ปานกลาง	2.96	1.02	ปานกลาง	3.49	0.70	มาก	3.20	0.86	ปานกลาง
6. ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม	3.40	0.84	ปานกลาง	3.44	1.05	มาก	3.44	1.05	มาก	3.53	0.66	มาก	3.54	0.90	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.32</b>	<b>0.53</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.38</b>	<b>0.72</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.68</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>	<b>3.58</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>	<b>3.49</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>



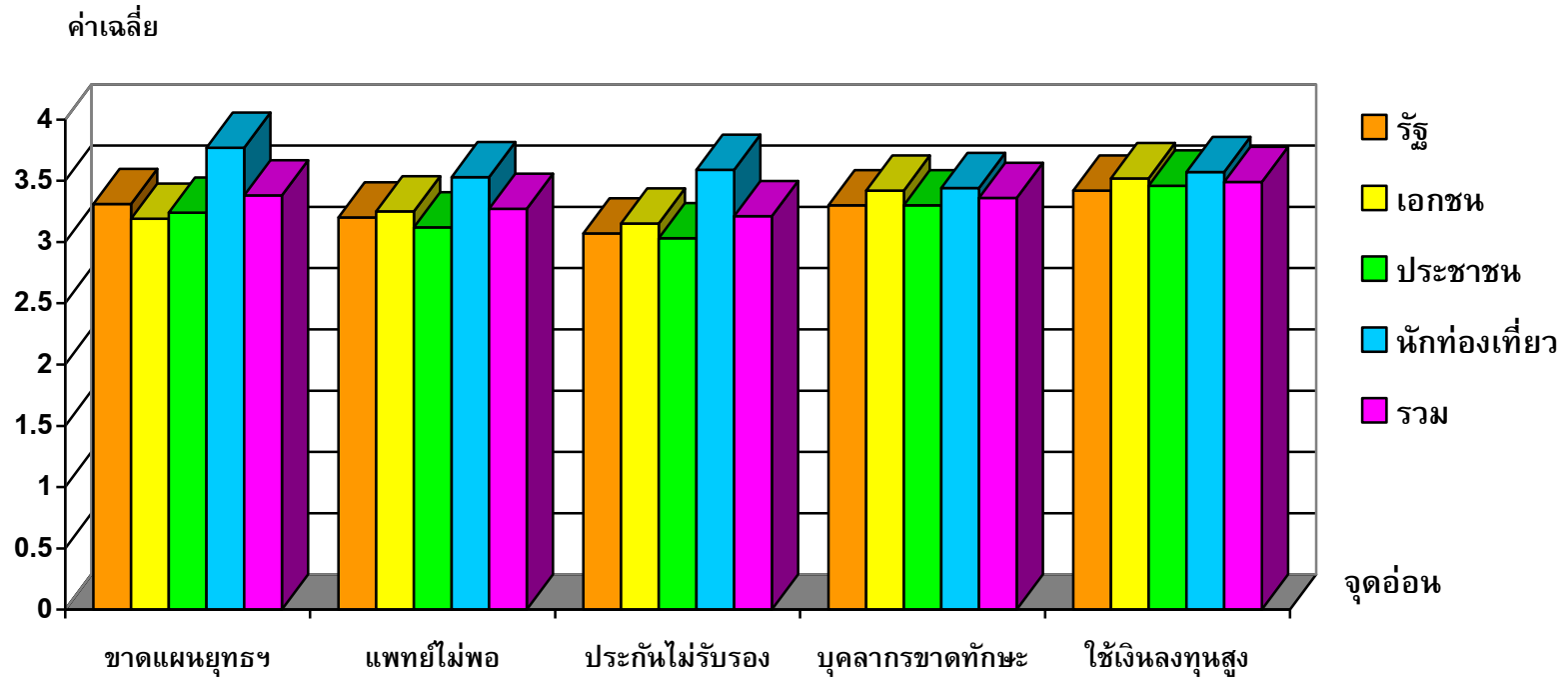
ภาพประกอบ 27 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

จากตาราง 56 และภาพประกอบ 27 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต มีค่าความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.49 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยแสดงความคิดเห็นว่า คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีธรรมาภิบาลดี เป็นจุดแข็งมากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.64 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.54 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 7.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 57 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

จุดอ่อน	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์	3.31	0.76	ปานกลาง	3.19	0.86	ปานกลาง	3.24	0.82	ปานกลาง	3.77	0.65	มาก	3.38	0.77	ปานกลาง
2. จำนวนแพทย์มีไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3.20	0.83	ปานกลาง	3.25	0.96	ปานกลาง	3.12	0.84	ปานกลาง	3.53	0.56	มาก	3.27	0.80	ปานกลาง
3. บริษัทประกันของบางประเทศไม่รองรับการจ่ายประกันค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทย	3.07	0.77	ปานกลาง	3.15	0.82	ปานกลาง	3.03	0.73	ปานกลาง	3.59	0.68	มาก	3.21	0.75	ปานกลาง
4. บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ	3.30	0.94	ปานกลาง	3.42	0.87	มาก	3.30	0.88	ปานกลาง	3.44	0.61	มาก	3.36	0.82	ปานกลาง
5. ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง	3.42	0.87	มาก	3.52	0.82	มาก	3.46	0.85	มาก	3.57	0.61	มาก	3.49	0.79	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.26</b>	<b>0.57</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.31</b>	<b>0.63</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.23</b>	<b>0.61</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.58</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>	<b>3.34</b>	<b>0.56</b>	<b>ปานกลาง</b>



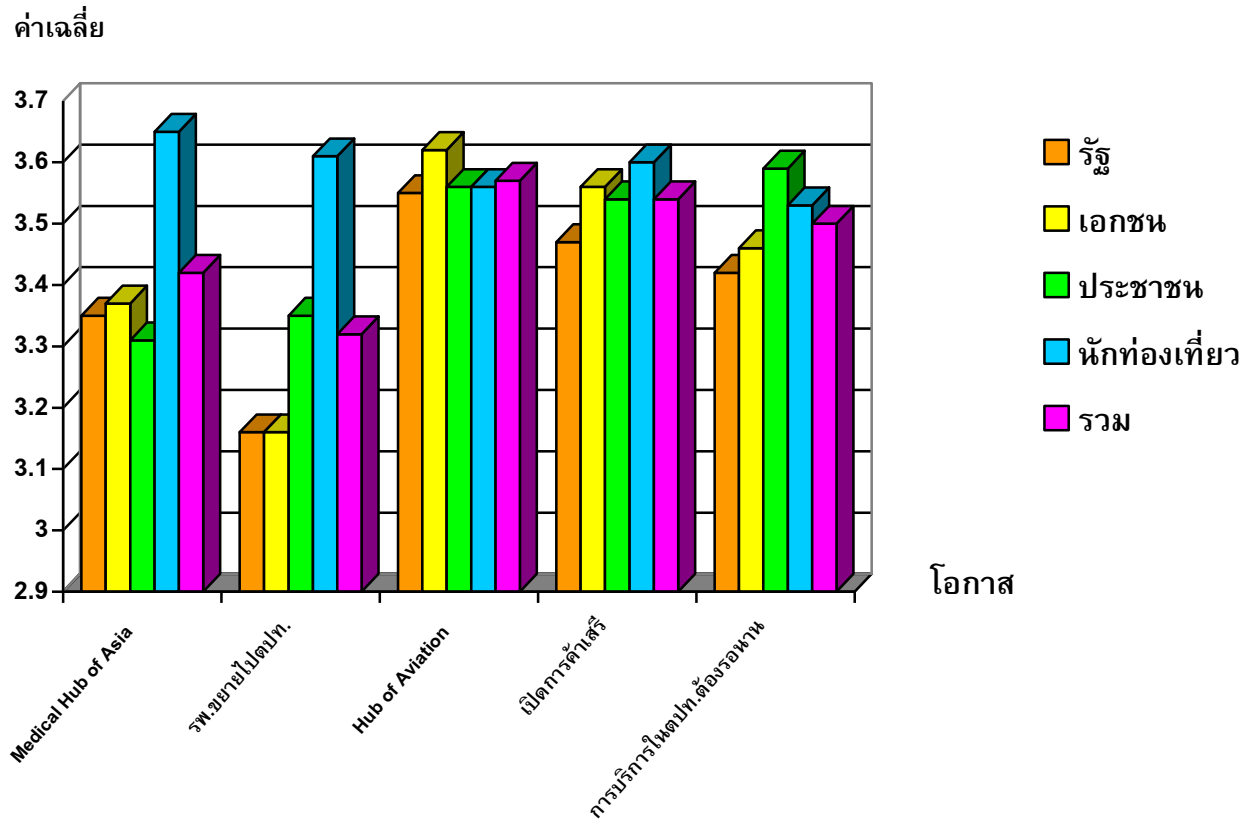
ภาพประกอบ 28 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

จากตาราง 57 และภาพประกอบ 28 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต มีค่าความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.34 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยแสดงความคิดเห็นว่า ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง เป็นจุดอ่อนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.49 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.38 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และบุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.36 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

### 7.3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 58 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

โอกาสในการพัฒนา	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ภาครัฐให้การสนับสนุนในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ (Medical Hub of Asia)	3.35	0.77	ปานกลาง	3.37	0.77	ปานกลาง	3.31	0.71	ปานกลาง	3.65	0.67	มาก	3.42	0.76	มาก
2. โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเริ่มขยายเครือข่ายไปเปิดสาขายังต่างประเทศทั้งการเข้าไปซื้อหุ้นและการรับเข้าไปบริหารงาน	3.16	0.71	ปานกลาง	3.16	0.82	ปานกลาง	3.35	0.84	ปานกลาง	3.61	0.58	มาก	3.32	0.74	ปานกลาง
3. การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น	3.55	0.80	มาก	3.62	0.79	มาก	3.56	0.77	มาก	3.56	0.62	มาก	3.57	0.74	มาก
4. การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น	3.47	0.61	มาก	3.56	0.77	มาก	3.54	0.80	มาก	3.60	0.64	มาก	3.54	0.70	มาก
5. เป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ	3.42	0.74	มาก	3.46	0.80	มาก	3.59	0.75	มาก	3.53	0.59	มาก	3.50	0.72	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.39</b>	<b>0.52</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.43</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>	<b>3.47</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>	<b>3.59</b>	<b>0.42</b>	<b>มาก</b>	<b>3.47</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>



ภาพประกอบ 29 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

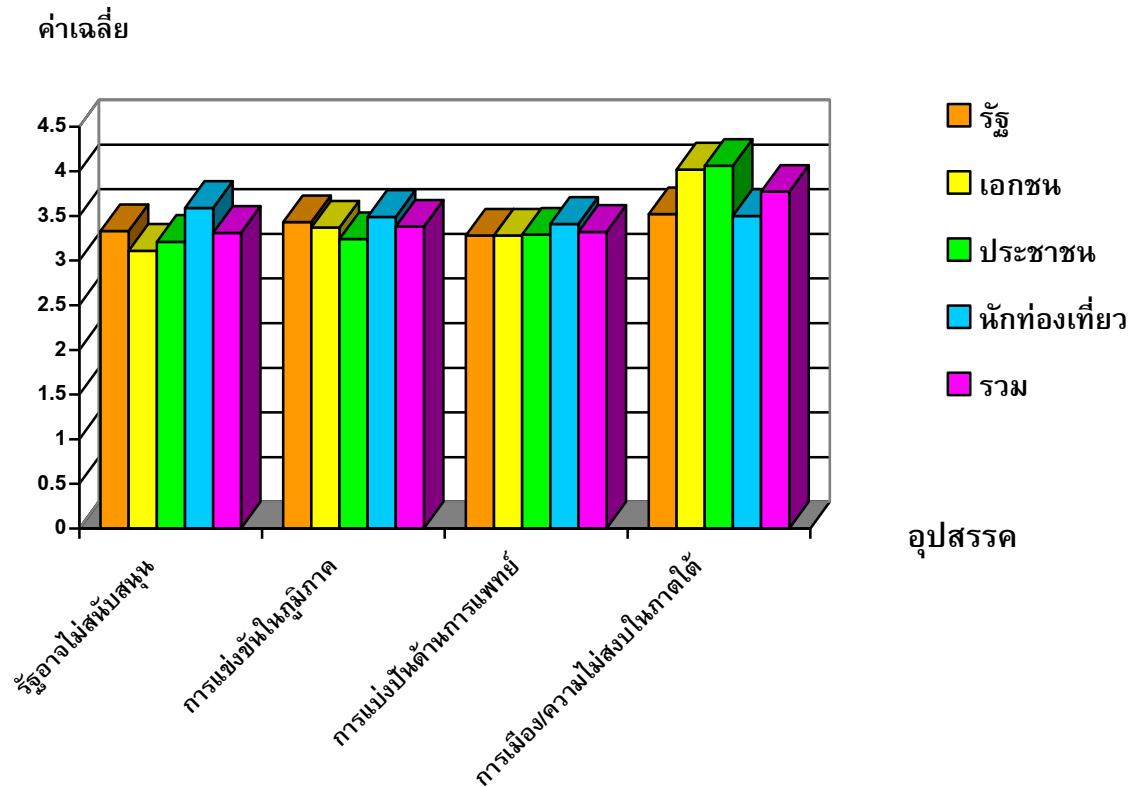
จากตาราง 58 และภาพประกอบ 29 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต มีค่าความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.47 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยแสดงความคิดเห็นว่า การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เป็นโอกาสในการพัฒนามากที่สุด เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น

เท่ากับ 3.57 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.54 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และเป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.50 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 7.3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 59 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

อุปสรรคต่อการพัฒนา	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ถ้าคนไทยยังไม่ได้รับการบริการทางการแพทย์อย่างเพียงพอ รัฐอาจไม่สนับสนุนการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ	3.33	0.90	ปานกลาง	3.11	0.85	ปานกลาง	3.21	0.84	ปานกลาง	3.59	0.67	มาก	3.31	0.81	ปานกลาง
2. เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย	3.43	0.82	มาก	3.37	0.81	ปานกลาง	3.24	0.71	ปานกลาง	3.49	0.64	มาก	3.38	0.74	ปานกลาง
3. การแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ และชาวไทย	3.28	0.74	ปานกลาง	3.28	0.85	ปานกลาง	3.29	0.78	ปานกลาง	3.41	0.62	มาก	3.32	0.75	ปานกลาง
4. สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไซ้หัวदनก	3.52	0.93	มาก	4.02	1.10	มาก	4.06	0.95	มาก	3.50	0.70	มาก	3.77	0.92	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.39</b>	<b>0.66</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.44</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>	<b>3.45</b>	<b>0.51</b>	<b>มาก</b>	<b>3.50</b>	<b>0.49</b>	<b>มาก</b>	<b>3.44</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>



ภาพประกอบ 30 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

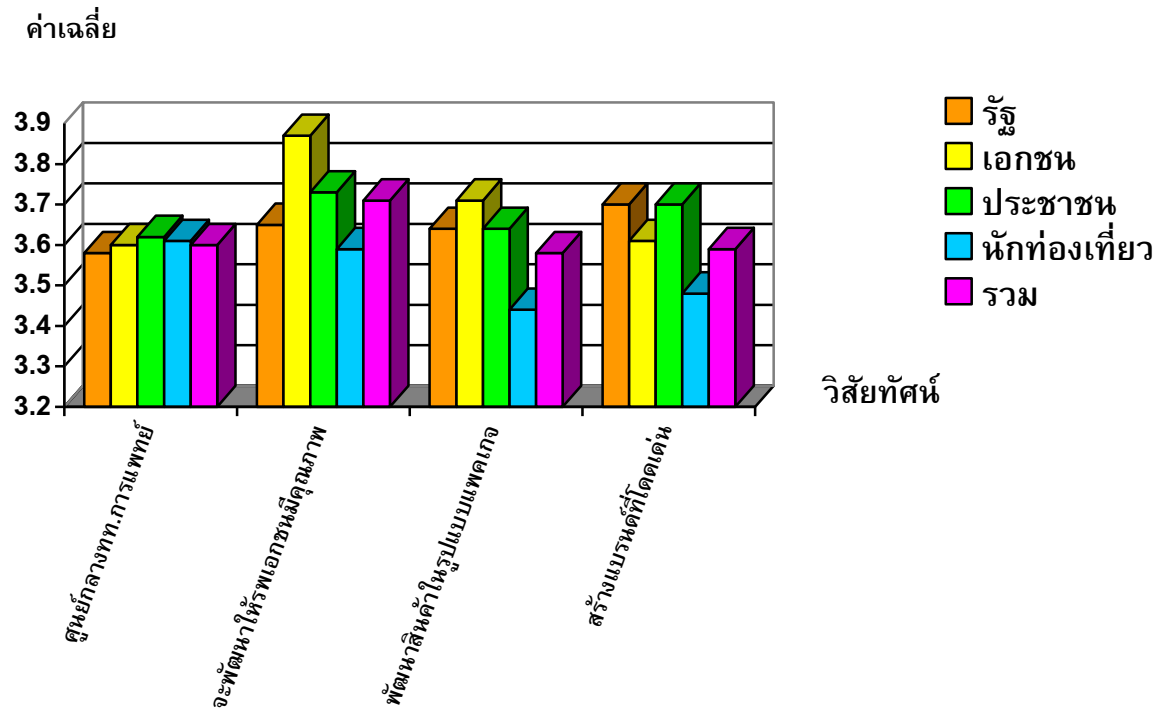
จากตาราง 59 และภาพประกอบ 30 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต มีค่าความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.44 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยแสดงความคิดเห็นว่า สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไข้หวัดนก เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนามากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.77 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.38 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง และการแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.32 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง



## 7.4 ทศนคติเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 60 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

วิสัยทัศน์ในการพัฒนา	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia)	3.58	0.75	มาก	3.60	0.93	มาก	3.62	0.83	มาก	3.61	0.60	มาก	3.60	0.78	มาก
2. จะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษามีคุณภาพ และมีมาตรฐานระดับสากล	3.65	0.76	มาก	3.87	0.84	มาก	3.73	0.80	มาก	3.59	0.71	มาก	3.71	0.78	มาก
3. จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ	3.54	0.78	มาก	3.71	0.89	มาก	3.64	0.80	มาก	3.44	0.66	มาก	3.58	0.78	มาก
4. จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด	3.60	0.90	มาก	3.61	0.93	มาก	3.70	0.74	มาก	3.48	0.58	มาก	3.59	0.79	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	<b>3.70</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>	<b>3.70</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>	<b>3.53</b>	<b>0.47</b>	<b>มาก</b>	<b>3.62</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>



ภาพประกอบ 31 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

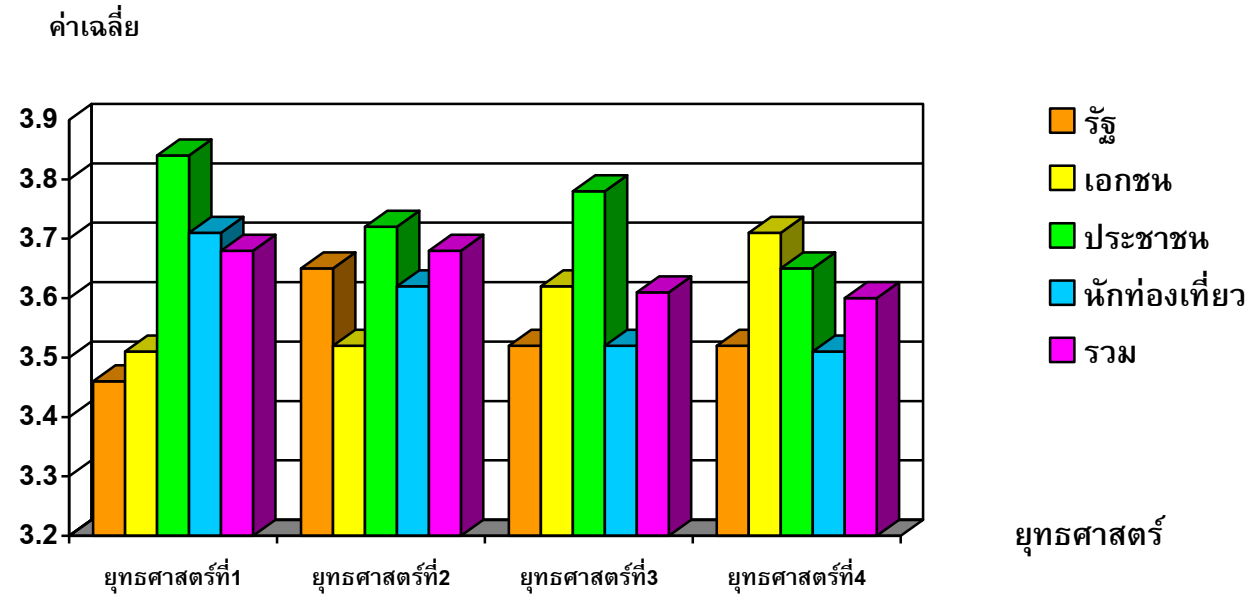
จากตาราง 60 และภาพประกอบ 31 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน มีค่าความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.62 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยแสดงความคิดเห็นว่า จะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานระดับสากล เหมาะสมเป็นวิสัยทัศน์มากเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia) มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.59 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 4 ได้แก่ จะพัฒนาสินค้าทาง

การแพทย์และสินค้าทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

### 7.5 ทศนคติเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ตาราง 61 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ยุทธศาสตร์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ยุทธศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์	3.46	0.74	มาก	3.72	0.94	มาก	3.84	0.76	มาก	3.71	0.69	มาก	3.68	0.78	มาก
2. ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า	3.65	0.83	มาก	3.73	0.90	มาก	3.72	0.83	มาก	3.62	0.60	มาก	3.68	0.79	มาก
3. ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล	3.52	0.83	มาก	3.63	0.94	มาก	3.78	0.76	มาก	3.52	0.63	มาก	3.61	0.79	มาก
4. ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล	3.52	0.81	มาก	3.71	0.86	มาก	3.65	0.78	มาก	3.51	0.61	มาก	3.60	0.76	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>	<b>3.70</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>	<b>3.75</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	<b>3.59</b>	<b>0.47</b>	<b>มาก</b>	<b>3.64</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>



ภาพประกอบ 32 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

จากตาราง 61 และภาพประกอบ 32 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.64 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การสร้างท่าเรือและการสร้างภาพลักษณ์ และยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า เป็นที่น่าสนใจมากเป็นอันดับ 1 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.68 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายในโดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 7.6 ทศนคติเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของแต่ละยุคศาสตร์

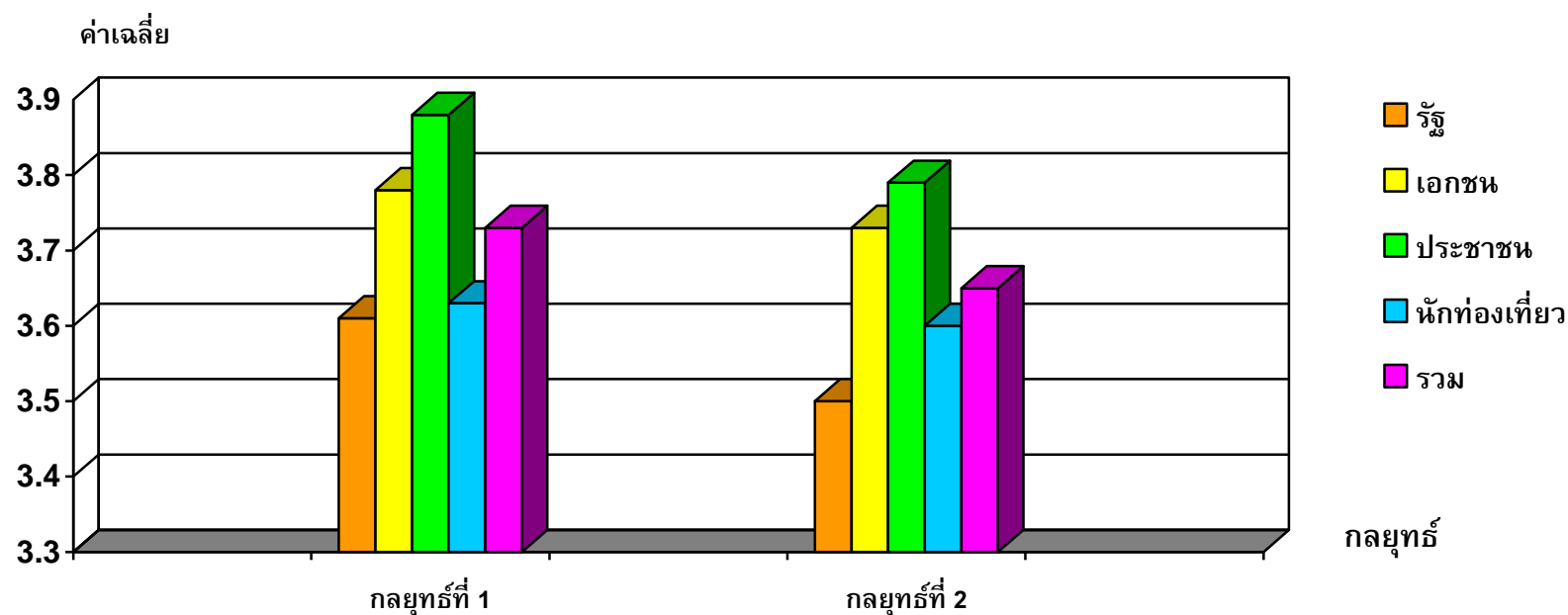
ตาราง 62 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ของแต่ละยุคศาสตร์

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ยุคศาสตร์ที่ 1 ยุคศาสตร์การสร้างความไร้และการสร้างภาพลักษณ์</b>															
กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้	3.61	0.60	มาก	3.78	0.77	มาก	3.88	0.71	มาก	3.63	0.58	มาก	3.73	0.66	มาก
โครงการที่ 1: การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วย การแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทาง การแพทย์	3.65	0.76	มาก	3.79	0.76	มาก	3.81	0.79	มาก	3.65	0.63	มาก	3.73	0.73	มาก
โครงการที่ 2: เสนอบริการด้านการแพทย์ที่มี คุณภาพและคุ้มค่า	3.61	0.74	มาก	3.89	0.76	มาก	3.81	0.76	มาก	3.58	0.67	มาก	3.72	0.73	มาก
โครงการที่ 3: การหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัทยาและเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและ รีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า	3.55	0.80	มาก	3.85	0.80	มาก	3.77	0.80	มาก	3.57	0.65	มาก	3.68	0.76	มาก
โครงการที่ 4: การเพิ่มผลกำไรจากลูกค้าที่มารับ บริการทางการแพทย์ในปัจจุบัน	3.41	0.78	มาก	3.66	0.84	มาก	3.73	0.79	มาก	3.62	0.56	มาก	3.60	0.74	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.56</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>	<b>3.80</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>	<b>3.78</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>	<b>3.60</b>	<b>0.43</b>	<b>มาก</b>	<b>3.69</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 62 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ ยอมรับ	<b>3.50</b>	<b>0.70</b>	มาก	<b>3.73</b>	<b>0.63</b>	มาก	<b>3.79</b>	<b>0.71</b>	มาก	<b>3.60</b>	<b>0.53</b>	มาก	<b>3.65</b>	<b>0.64</b>	มาก
โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่าย ด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทาง การแพทย์	3.42	0.84	มาก	3.50	0.74	มาก	3.53	0.82	มาก	3.58	0.59	มาก	3.51	0.75	มาก
โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อ ลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์	3.45	0.83	มาก	3.67	0.75	มาก	3.52	0.82	มาก	3.52	0.64	มาก	3.54	0.76	มาก
โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และ เครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด	3.64	0.77	มาก	3.86	0.90	มาก	3.77	0.79	มาก	3.63	0.66	มาก	3.72	0.78	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.50</b>	<b>0.66</b>	มาก	<b>3.68</b>	<b>0.67</b>	มาก	<b>3.61</b>	<b>0.68</b>	มาก	<b>3.58</b>	<b>0.43</b>	มาก	<b>3.59</b>	<b>0.61</b>	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.55</b>	<b>0.65</b>	มาก	<b>3.75</b>	<b>0.70</b>	มาก	<b>3.83</b>	<b>0.71</b>	มาก	<b>3.61</b>	<b>0.55</b>	มาก	<b>3.68</b>	<b>0.65</b>	มาก

### ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์



ภาพประกอบ 33 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 1

จากตาราง 62 และภาพประกอบ 33 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.68 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ และโครงการที่ 2: เสนอบริการด้าน

การแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 3: การหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัทยาและเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและ รีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.68 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ส่วนกลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การใช้สินทรัพย์ต่างๆและเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การแสวงหาแนวทางต่างๆเพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.54 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 ได้แก่ โครงการที่ 1: การลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.51 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก





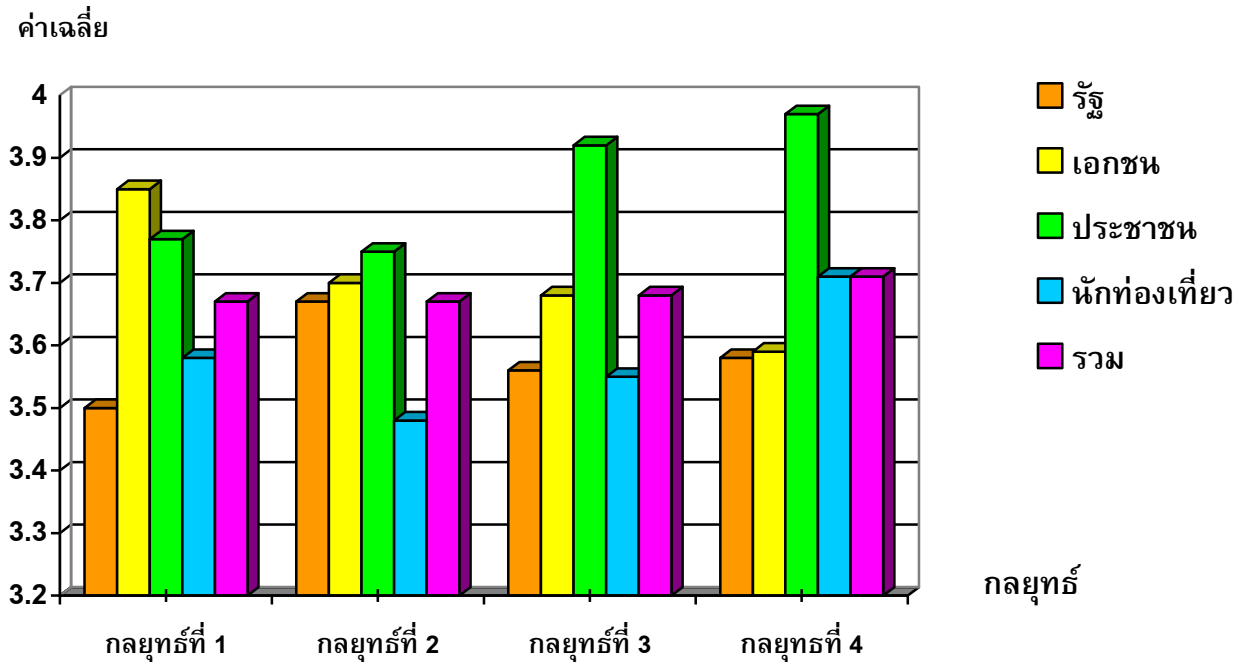
ตาราง 63 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
โครงการที่ 2: การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่	3.57	0.87	มาก	3.66	0.89	มาก	3.70	0.83	มาก	3.69	0.66	มาก	3.66	0.81	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.58</b>	<b>0.82</b>	<b>มาก</b>	<b>3.70</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>	<b>3.74</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>	<b>3.69</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>	<b>3.68</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</b>	<b>3.56</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>	<b>3.68</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>	<b>3.92</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>	<b>3.55</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>	<b>3.68</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	3.49	0.82	มาก	3.71	0.92	มาก	3.88	0.88	มาก	3.60	0.64	มาก	3.67	0.81	มาก
โครงการที่ 2: การจัดตั้งศูนย์บริการผู้พวายนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ	3.58	0.87	มาก	3.66	1.05	มาก	3.90	0.87	มาก	3.61	0.62	มาก	3.69	0.85	มาก
โครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพเรื่องค่าประกันสุขภาพ	3.70	0.83	มาก	3.76	0.99	มาก	3.98	0.84	มาก	3.61	0.66	มาก	3.76	0.83	มาก
โครงการที่ 4: การติดตามผลหลังการรักษา	3.58	0.88	มาก	3.67	1.08	มาก	3.83	0.96	มาก	3.55	0.66	มาก	3.66	0.89	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.59</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>	<b>3.70</b>	<b>0.90</b>	<b>มาก</b>	<b>3.90</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>	<b>3.59</b>	<b>0.45</b>	<b>มาก</b>	<b>3.69</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 63 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์</b>	<b>3.58</b>	<b>0.71</b>	มาก	<b>3.59</b>	<b>0.80</b>	มาก	<b>3.97</b>	<b>0.74</b>	มาก	<b>3.71</b>	<b>0.69</b>	มาก	<b>3.71</b>	<b>0.73</b>	มาก
โครงการที่ 1: การทำการตลาดประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	3.65	0.82	มาก	3.57	0.99	มาก	3.85	0.83	มาก	3.78	0.70	มาก	3.71	0.84	มาก
โครงการที่ 2: การจัดประชุมนานาชาติเพื่อเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจบริการสุขภาพ	3.47	0.88	มาก	3.42	0.93	มาก	3.80	0.89	มาก	3.61	0.63	มาก	3.58	0.83	มาก
โครงการที่ 3: การจัด Road Show ในประเทศต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์	3.58	0.90	มาก	3.32	0.96	ปานกลาง	3.50	0.85	มาก	3.59	0.62	มาก	3.50	0.83	มาก
โครงการที่ 4: จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เยอรมัน จีน ญี่ปุ่น อาราบิก	3.73	0.80	มาก	3.65	0.97	มาก	3.83	0.84	มาก	3.58	0.62	มาก	3.70	0.81	มาก
โครงการที่ 5: การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า	3.79	0.81	มาก	3.71	0.95	มาก	3.87	0.87	มาก	3.57	0.61	มาก	3.71	0.81	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.63</b>	<b>0.73</b>	มาก	<b>3.53</b>	<b>0.82</b>	มาก	<b>3.77</b>	<b>0.70</b>	มาก	<b>3.63</b>	<b>0.42</b>	มาก	<b>3.64</b>	<b>0.67</b>	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.58</b>	<b>0.72</b>	มาก	<b>3.70</b>	<b>0.77</b>	มาก	<b>3.85</b>	<b>0.74</b>	มาก	<b>3.58</b>	<b>0.60</b>	มาก	<b>3.68</b>	<b>0.71</b>	มาก

## ยุทธศาสตร์ที่ 2 การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและความหลากหลาย



ภาพประกอบ 34 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 2 จากตาราง 63 และภาพประกอบ 34 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 2 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.68 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า กลยุทธ์ที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71

ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินงานธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และโครงการที่ 5: การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การจัดประชุมนานาชาติเพื่อเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจบริการสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.58 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.68 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.76 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 โครงการ ที่ 2: การจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.69 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 1 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.67 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 4: การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.63 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.60 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 2 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 64 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์  
ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุคศาสตร์

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ยุคศาสตร์ที่ 3 ยุคศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล</b>															
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ</b>	<b>3.52</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>	<b>3.70</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>	<b>3.88</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>	<b>3.59</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>	<b>3.67</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสร้าง กลไกการบริหาร และศึกษาวิจัย ประเมินผลเพื่อ พัฒนาอุตสาหกรรม	3.54	0.85	มาก	3.56	0.76	มาก	3.79	0.71	มาก	3.63	0.65	มาก	3.63	0.74	มาก
โครงการที่ 2: การแสวงหาบุคลากร เครื่องมือ แพทย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมี มาตรฐาน	3.60	0.86	มาก	3.78	0.86	มาก	3.84	0.80	มาก	3.50	0.64	มาก	3.63	0.99	มาก
โครงการที่ 3: การกระจายสินค้าไปยังลูกค้า ปรับปรุงกฎ ระเบียบเพื่อให้ลูกค้าต่างชาติเข้าถึง	3.61	0.81	มาก	3.55	0.86	มาก	3.75	0.81	มาก	3.70	0.54	มาก	3.65	0.75	มาก
โครงการที่ 4: การบริหารความเสี่ยง	3.55	0.81	มาก	3.53	0.91	มาก	3.71	0.81	มาก	3.56	0.67	มาก	3.59	0.80	มาก
โครงการที่ 5: การสร้างความร่วมมือด้าน การแพทย์กับประเทศต่างๆ โดยการจัดประชุม วิชาการ	3.54	0.82	มาก	3.58	0.85	มาก	3.73	0.81	มาก	3.60	0.60	มาก	3.61	0.77	มาก
โครงการที่ 6: การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของ โรงพยาบาลเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	3.62	0.85	มาก	3.58	0.92	มาก	3.90	0.81	มาก	3.53	0.69	มาก	3.66	0.82	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.58</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>	<b>3.59</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>	<b>3.79</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>	<b>3.59</b>	<b>0.40</b>	<b>มาก</b>	<b>3.64</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์</b>	<b>3.59</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>	<b>3.76</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>	<b>3.93</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>	<b>3.58</b>	<b>0.52</b>	<b>มาก</b>	<b>3.72</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้าน การแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่า เดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.64	0.97	มาก	3.76	0.93	มาก	3.98	0.84	มาก	3.59	0.59	มาก	3.74	0.83	มาก

ตาราง 64 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
โครงการที่ 2: การจัดทำบัตรสุขภาพ V.I.P. สำหรับชาวต่างชาติ	3.64	0.82	มาก	3.66	0.94	มาก	3.77	0.89	มาก	3.53	0.66	มาก	3.65	0.83	มาก
โครงการที่ 3: การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนารักษาทางการแพทย์	3.54	0.83	มาก	3.73	0.94	มาก	3.82	0.82	มาก	3.55	0.59	มาก	3.66	0.79	มาก
โครงการที่ 4: การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์	3.82	0.74	มาก	3.72	0.96	มาก	3.82	0.76	มาก	3.51	0.61	มาก	3.69	0.77	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.63</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>	<b>3.72</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>	<b>3.85</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>	<b>3.54</b>	<b>0.43</b>	<b>มาก</b>	<b>3.68</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริหารลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น</b>	<b>3.63</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>	<b>3.79</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>	<b>3.91</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	<b>3.52</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>	<b>3.71</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การเลือกและเสาะหากลุ่มลูกค้าเฉพาะด้านการแพทย์และสุขภาพจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย	3.55	0.83	มาก	3.53	0.85	มาก	3.83	0.71	มาก	3.56	0.61	มาก	3.62	0.75	มาก
โครงการที่ 2: การคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ	3.53	0.82	มาก	3.71	0.93	มาก	3.84	0.80	มาก	3.44	0.66	มาก	3.63	0.80	มาก
โครงการที่ 3: การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันเวลาที่โดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล	3.64	0.86	มาก	3.81	1.08	มาก	3.82	0.81	มาก	3.56	0.64	มาก	3.71	0.85	มาก

ตาราง 64 (ต่อ)

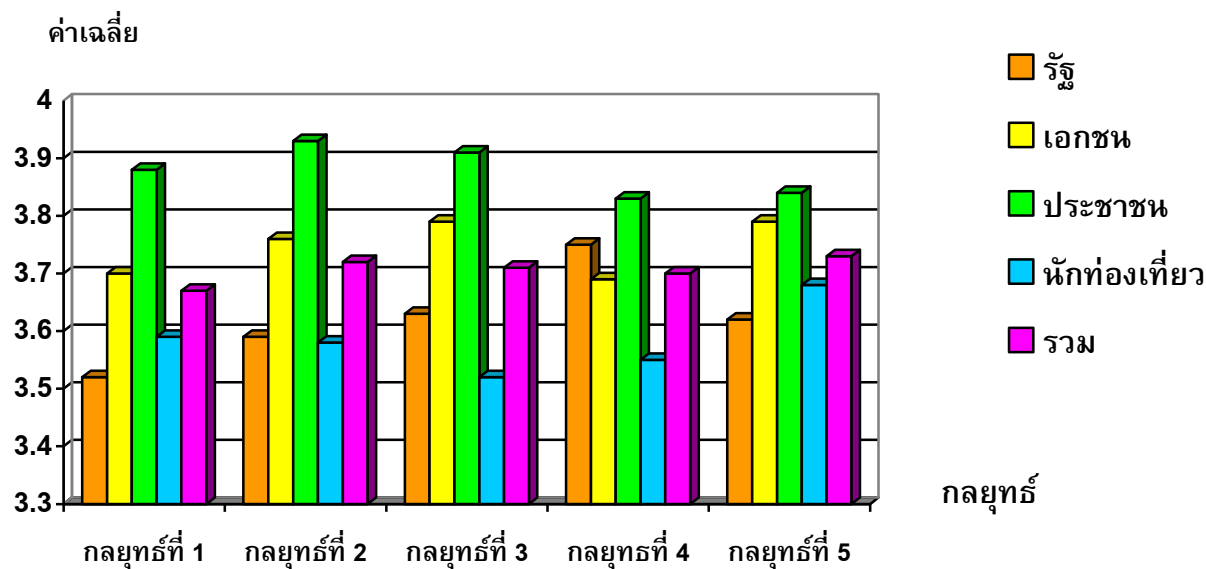
กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
โครงการที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างควมไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล	3.71	0.87	มาก	3.95	1.05	มาก	3.86	0.80	มาก	3.57	0.65	มาก	3.77	0.84	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.61</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>	<b>3.75</b>	<b>0.87</b>	<b>มาก</b>	<b>3.84</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	<b>3.53</b>	<b>0.46</b>	<b>มาก</b>	<b>3.68</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ</b>	<b>3.75</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>	<b>3.69</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>	<b>3.83</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>	<b>3.55</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>	<b>3.70</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสอบสภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์	3.71	0.82	มาก	3.69	0.98	มาก	3.75	0.83	มาก	3.56	0.59	มาก	3.68	0.80	มาก
โครงการที่ 2: การบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนา การดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ	3.59	0.83	มาก	3.54	0.89	มาก	3.72	0.80	มาก	3.53	0.61	มาก	3.60	0.78	มาก
โครงการที่ 3: การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น	3.52	0.81	มาก	3.58	0.91	มาก	3.76	0.80	มาก	3.56	0.71	มาก	3.61	0.81	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.61</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>	<b>3.60</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>	<b>3.74</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>	<b>3.55</b>	<b>0.49</b>	<b>มาก</b>	<b>3.62</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม</b>	<b>3.62</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>	<b>3.79</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>	<b>3.84</b>	<b>0.75</b>	<b>มาก</b>	<b>3.68</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>	<b>3.73</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>



ตาราง 64 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยวน			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
โครงการที่ 1: สนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์	3.73	0.81	มาก	3.84	0.94	มาก	3.80	0.75	มาก	3.76	0.60	มาก	3.78	0.77	มาก
โครงการที่ 2: โครงการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน	3.69	0.85	มาก	3.72	0.93	มาก	3.64	0.87	มาก	3.53	0.63	มาก	3.64	0.82	มาก
โครงการที่ 3: การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย	3.68	0.78	มาก	3.82	0.89	มาก	3.86	0.75	มาก	3.57	0.57	มาก	3.73	0.75	มาก
โครงการที่ 4: การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และการเอาใจใส่ต่อบุคลากรของโรงพยาบาล	3.72	0.83	มาก	3.89	0.84	มาก	3.82	0.80	มาก	3.46	0.56	มาก	3.72	0.76	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.70</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>	<b>3.82</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>	<b>3.78</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>	<b>3.58</b>	<b>0.40</b>	<b>มาก</b>	<b>3.72</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.69</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>	<b>3.75</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>	<b>3.89</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>	<b>3.58</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>	<b>3.73</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านกระบวนการภายในโดยดำเนินการจัดการต่อ  
กระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล



ภาพประกอบ 35 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 3 จากตาราง 64 และภาพประกอบ 35 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.73 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า กลยุทธ์ที่ 5 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: สนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.78 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่

โครงการที่ 3: การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในมาก

*กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักพื้น มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.74 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 4: การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.69 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริหารลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 3: การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันท่วงทีโดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.71 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: การคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.63 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 4 มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.68 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักพื้น มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดว่าอยู่ใน

*กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 5 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.67 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 6: การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาลเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: การกระจายสินค้าไปยังลูกค้า ปรับปรุงกฎ ระเบียบเพื่อให้ลูกค้าชาวต่างชาติเข้าถึง ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

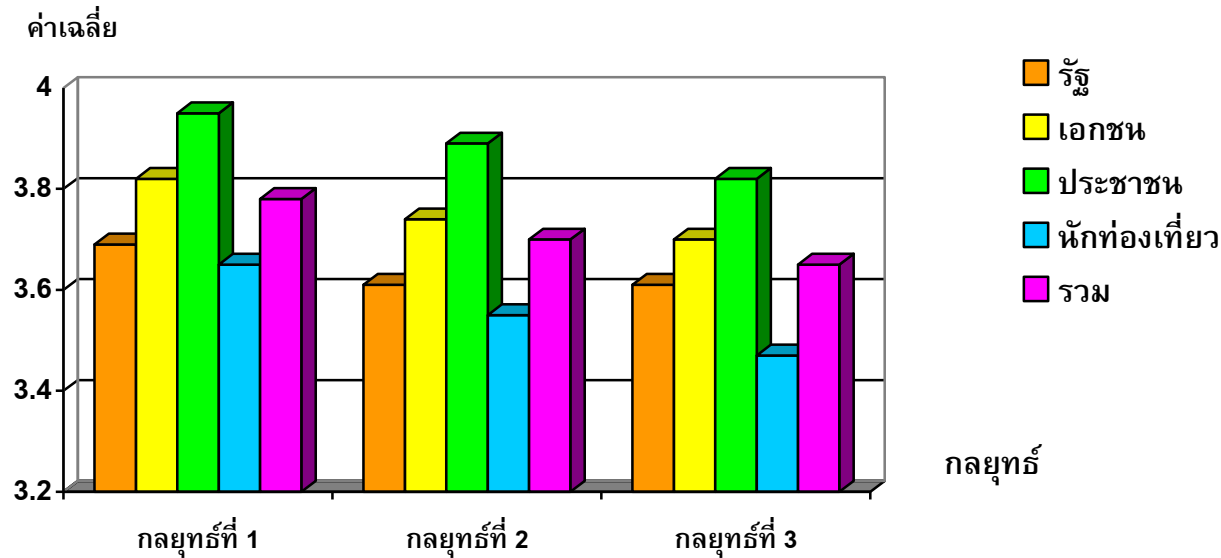
ตาราง 65 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์  
ในจังหวัดภูเก็ตของแต่ละยุคศาสตร์

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม			
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
<b>ยุคศาสตร์ที่ 4 ยุคศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล</b>																
<b>กลยุทธ์ที่ 1</b>	<b>การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม</b>															
โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ	3.69	0.68	มาก	3.82	0.84	มาก	3.95	0.72	มาก	3.65	0.57	มาก	3.78	0.70	มาก	
โครงการที่ 2: จัดประชุมระดมสมองเพื่อให้บุคลากรของโรงพยาบาลมีส่วนร่วมและพัฒนาการทำงาน	3.70	0.89	มาก	3.89	1.03	มาก	3.97	0.74	มาก	3.65	0.59	มาก	3.80	0.81	มาก	
โครงการที่ 3: จัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ	3.66	0.79	มาก	3.65	0.95	มาก	3.74	0.76	มาก	3.60	0.67	มาก	3.66	0.79	มาก	
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.69</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>	<b>3.77</b>	<b>0.88</b>	<b>มาก</b>	<b>3.85</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>	<b>3.59</b>	<b>0.46</b>	<b>มาก</b>	<b>3.73</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>	
<b>กลยุทธ์ที่ 2</b>	<b>การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร</b>															
โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล	3.61	0.79	มาก	3.74	0.75	มาก	3.89	0.71	มาก	3.55	0.59	มาก	3.70	0.71	มาก	
โครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	3.72	0.83	มาก	3.78	0.86	มาก	3.87	0.75	มาก	3.53	0.63	มาก	3.73	0.77	มาก	
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.72</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>	<b>3.81</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>	<b>3.83</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>	<b>3.64</b>	<b>0.47</b>	<b>มาก</b>	<b>3.75</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>	

ตาราง 65 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ	<b>3.61</b>	<b>0.80</b>	มาก	<b>3.70</b>	<b>0.81</b>	มาก	<b>3.82</b>	<b>0.70</b>	มาก	<b>3.47</b>	<b>0.52</b>	มาก	<b>3.65</b>	<b>0.71</b>	มาก
โครงการที่ 1: สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว	3.70	0.82	มาก	3.69	0.88	มาก	3.74	0.81	มาก	3.54	0.61	มาก	3.67	0.78	มาก
โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม	3.66	0.81	มาก	3.64	0.88	มาก	3.70	0.73	มาก	3.57	0.57	มาก	3.64	0.75	มาก
โครงการที่ 3: การสร้างภาวะความเป็นผู้นำและการทำงานร่วมกัน	3.62	0.85	มาก	3.62	0.88	มาก	3.65	0.81	มาก	3.65	0.63	มาก	3.63	0.79	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมโครงการ</b>	<b>3.66</b>	<b>0.75</b>	มาก	<b>3.65</b>	<b>0.81</b>	มาก	<b>3.70</b>	<b>0.70</b>	มาก	<b>3.59</b>	<b>0.47</b>	มาก	<b>3.65</b>	<b>0.68</b>	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยภาพรวมกลยุทธ์</b>	<b>3.64</b>	<b>0.76</b>	มาก	<b>3.75</b>	<b>0.80</b>	มาก	<b>3.89</b>	<b>0.71</b>	มาก	<b>3.56</b>	<b>0.56</b>	มาก	<b>3.71</b>	<b>0.71</b>	มาก

### ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเรียนรู้และการเติบโตของโรงพยาบาล



ภาพประกอบ 36 แผนภูมิแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 4

จากตาราง 65 และภาพประกอบ 36 ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตของยุทธศาสตร์ที่ 4 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.71 คะแนน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นว่า *กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับ 1* มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.78 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่มีความน่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: จัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.80 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับ

มาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 3: จัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.72 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 2: จัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้า ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.78 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 1: การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.73 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

*กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ* มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์เป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.65 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีโครงการที่น่าสนใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โครงการที่ 1: สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.67 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก อันดับ 2 ได้แก่ โครงการที่ 2: กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.64 ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับมาก

## 8. ผลการศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ และจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

ผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตดังตารางต่อไปนี้

ภาพประกอบ 37 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

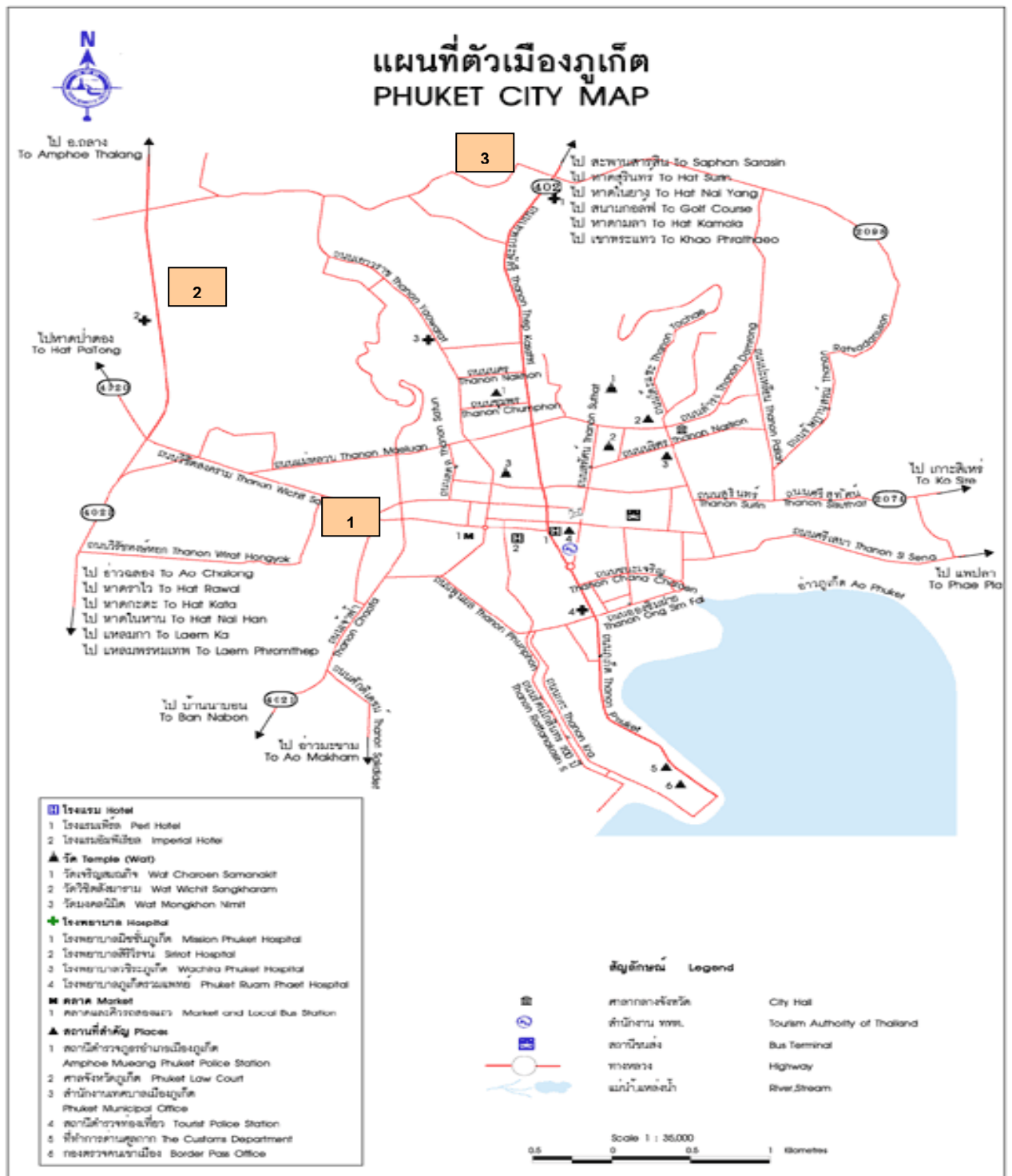
### จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

<u>จุดแข็ง (Strength)</u>	<u>จุดอ่อน (Weakness)</u>
<ol style="list-style-type: none"> <li>คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีธรรมาภิบาล</li> <li>คำรักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ</li> <li>ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม</li> <li>มีโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาลที่เชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสากล</li> <li>ทำการตลาดเชิงรุกในต่างประเทศ เช่น การรวมตัวของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อทำRoad Show ไปยังต่างประเทศ</li> <li>มีบริการอำนวยความสะดวกและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง</li> <li>ขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์</li> <li>บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ</li> <li>จำนวนแพทย์มีไม่เพียงพอต่อความต้องการ</li> <li>บริษัทประกันของบางประเทศไม่รองรับการจ่ายประกันค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทย</li> </ol>
<u>โอกาส (Opportunities)</u>	<u>อุปสรรค (Threats)</u>
<ol style="list-style-type: none"> <li>การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น</li> <li>การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุนทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น</li> <li>เป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ</li> <li>ภาครัฐให้การสนับสนุนในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ (Medical Hub of Asia)</li> <li>โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเริ่มขยายเครือข่ายไปเปิดสาขายังต่างประเทศทั้งการเข้าไปซื้อหุ้นและการรับเข้าไปบริหารงาน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาใช้หัวตัน</li> <li>เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย</li> <li>การแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย</li> <li>ถ้าคนไทยยังไม่ได้รับการบริการทางการแพทย์อย่างเพียงพอรัฐอาจไม่สนับสนุนการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ</li> </ol>



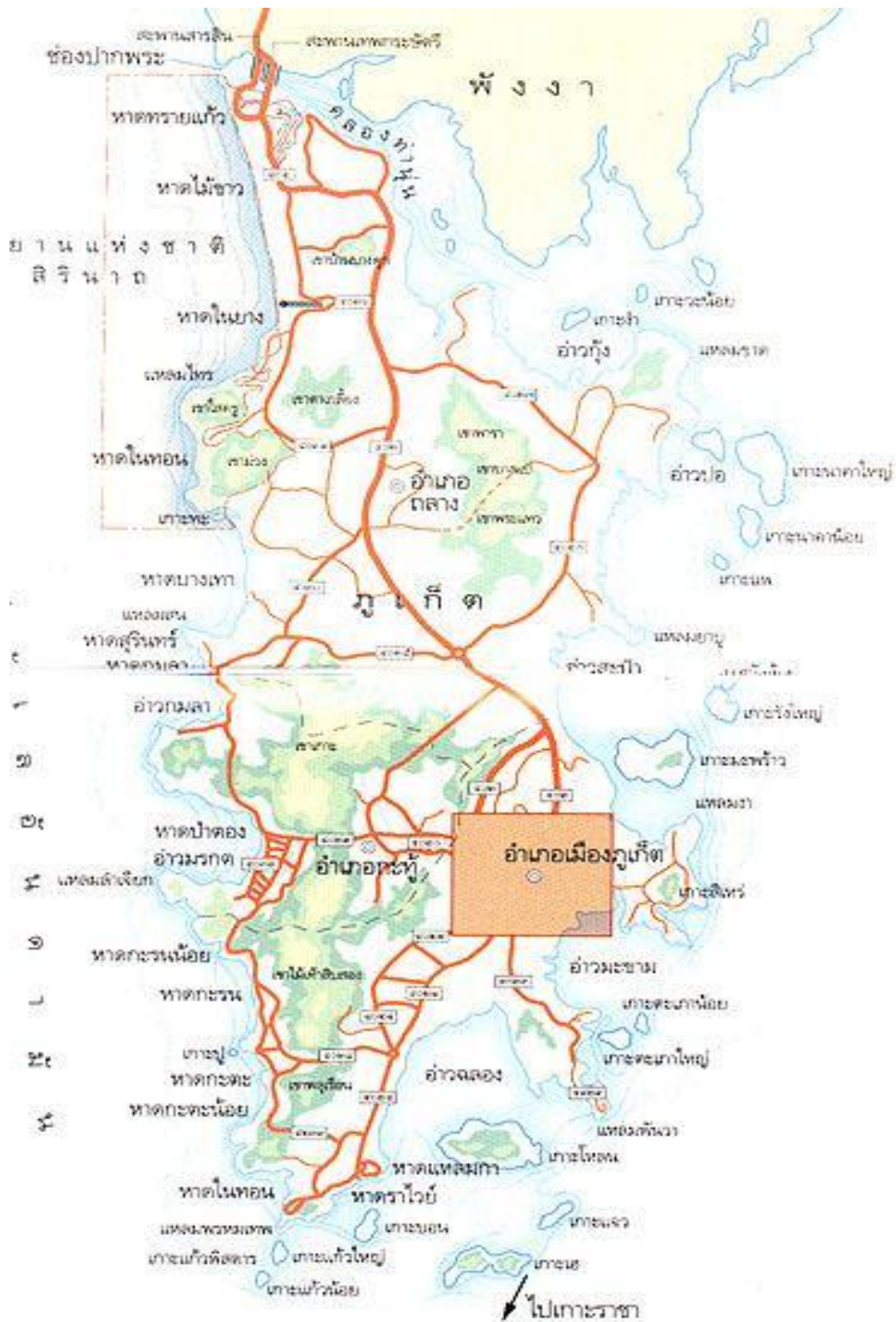
## แผนที่แสดงทรัพยากร

จากผลการศึกษาและตรวจสอบทรัพยากร (Resource Audit) ซึ่งผู้วิจัยได้เดินทางไปทำการตรวจสอบด้วยตนเอง ทำให้ทราบถึงทรัพยากรด้านการบริการทางการแพทย์และทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตที่มีความสำคัญ ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ดังกล่าวในรูปแบบของแผนที่ทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ และแผนที่แสดงทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตดังนี้



ภาพประกอบ 38 แผนที่แสดงทรัพยากรด้านการบริการทางการแพทย์  
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549: ออนไลน์).

1. โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต
2. โรงพยาบาลศิริโรจน์
3. โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต



ภาพประกอบ 39 แผนที่แสดงทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว (2549: ออนไลน์).

## 9. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

จากการวิจัยเรื่องแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยดังต่อไปนี้

จากการวิเคราะห์และสรุปผลแบบสอบถามด้านการสำรวจทรัพยากร (Resource Audit) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน (SWOT Analysis) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ตลอดจนแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ตและแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงสาธารณสุขด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบและหลักการต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยการวางแผนพัฒนาในครั้งนี้ควรวางแผนแบบบูรณาการไม่ว่าจะเป็นด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการนำความคิดเห็นของบุคคลในกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ประชาชน และนักท่องเที่ยว มาพิจารณาารวมกันจนเกิดเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่สามารถนำไปประยุกต์เป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการนำเสนอแผนตามอย่างรัฐบาลดังนี้

### วิสัยทัศน์

จังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยจังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และจังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันในรูปแบบแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศ

### ยุทธศาสตร์ที่ 1

ยุทธศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์

#### กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตของรายได้

1. โครงการพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์
2. โครงการเสนอบริการด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพและคุ้มค่า
3. โครงการหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัทยาและเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและรีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า
4. โครงการเพิ่มผลกำไรจากลูกค้าที่มารับบริการทางการแพทย์ในปัจจุบัน

#### กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ

1. โครงการใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด
2. โครงการแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์

3. โครงการลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ พลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์

## ยุทธศาสตร์ที่ 2

ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า

### กลยุทธ์ที่ 1 การตลาดและการประชาสัมพันธ์

1. โครงการทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินงานธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
2. โครงการพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า
3. โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เยอรมัน จีน ญี่ปุ่น อาราบิก
4. โครงการจัดประชุมนานาชาติเพื่อเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจบริการสุขภาพ
5. โครงการจัด Road Show ในประเทศต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

กลยุทธ์ที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

1. โครงการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ
2. โครงการจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มารับบริการ
3. โครงการสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
4. โครงการติดตามผลหลังการรักษา

### กลยุทธ์ที่ 3 การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

1. โครงการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการทางการแพทย์
2. โครงการกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย
3. โครงการนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์อย่างรวดเร็ว
4. โครงการขายสินค้าด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสินค้าด้านบริการทางการแพทย์ เช่น การจัดทัวร์ระยะพักฟื้น

### กลยุทธ์ที่ 4 การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์

1. โครงการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา

2. โครงการสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่

### ยุทธศาสตร์ที่ 3

ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล

#### กลยุทธ์ที่ 1 การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคม

1. โครงการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และการเอาใจใส่ต่อบุคลากรของโรงพยาบาล
2. โครงการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน
3. โครงการสนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์
4. โครงการให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัย

#### กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น
2. โครงการจัดทำบัตรสุขภาพ V.I.P. สำหรับชาวต่างชาติ
3. โครงการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการทางการแพทย์
4. โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์

#### กลยุทธ์ที่ 3 กระบวนการในการบริหารลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น

1. โครงการเลือกและเสาะหากลุ่มลูกค้าเฉพาะด้านการแพทย์และสุขภาพจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย
2. โครงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล
3. โครงการให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันที่ที่โดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล
4. โครงการคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ

#### กลยุทธ์ที่ 4 การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ

1. โครงการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์
2. โครงการออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น

3. โครงการบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ

#### กลยุทธ์ที่ 5 การบริหารจัดการ

1. โครงการจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาลเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

2. โครงการกระจายสินค้าไปยังลูกค้า ปรับปรุงกฎ ระเบียบเพื่อให้ลูกค้าชาวต่างชาติเข้าถึง

3. โครงการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสร้างกลไกการบริหาร และศึกษาวิจัย ประเมินผลเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์

4. โครงการแสวงหาคณาจารย์ เครื่องมือแพทย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐาน

5. โครงการสร้างความร่วมมือด้านการแพทย์กับประเทศต่าง ๆ โดยการจัดประชุมวิชาการ

6. โครงการบริหารความเสี่ยง

#### ยุทธศาสตร์ที่ 4

ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล

##### กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม

1. โครงการจัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ

2. โครงการจัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ

3. โครงการจัดประชุมระดมสมองเพื่อให้บุคลากรของโรงพยาบาลมีส่วนร่วมและพัฒนาการทำงาน

##### กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร

1. โครงการจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง

2. โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล

##### กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

1. โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว

2. โครงการกำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

3. โครงการสร้างภาวะความเป็นผู้นำและการทำงานร่วมกัน

การนำเสนอแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตแบบแผนผังนั้น จะทำให้สามารถมองเห็นภาพรวมของแผนในด้านต่าง ๆ ได้ทั้งหมด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนา เนื่องจากจะทำให้เห็นปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตที่นำเสนอในรูปแบบของแผนผังนี้ ได้จำแนกแผนพัฒนาออกเป็น 4 หัวข้อสำคัญดังนี้

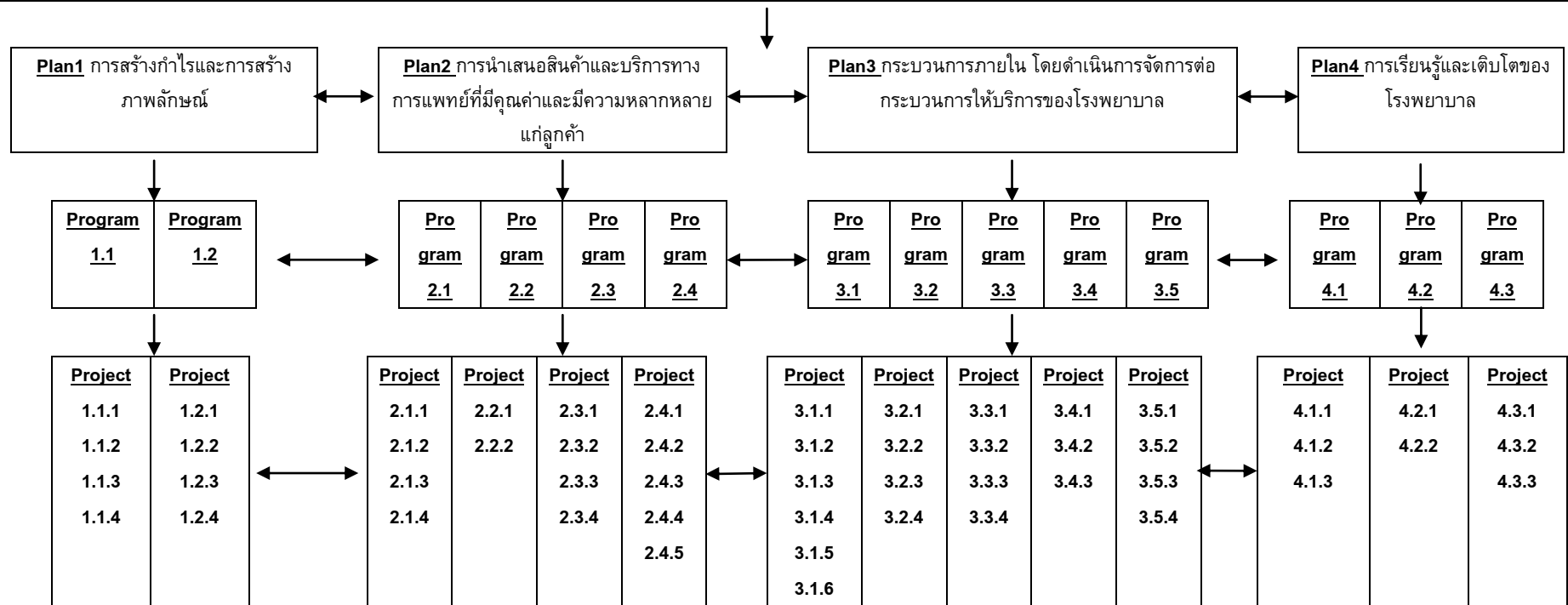
1. การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์
  2. การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า
  3. กระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล
  4. การเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล
- ซึ่งสามารถแสดงในรูปแบบผังได้ดังนี้



## แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

**วิสัยทัศน์** จังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดมีบริการการรักษามีคุณภาพและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยจังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และจังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันในรูปแบบแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศ

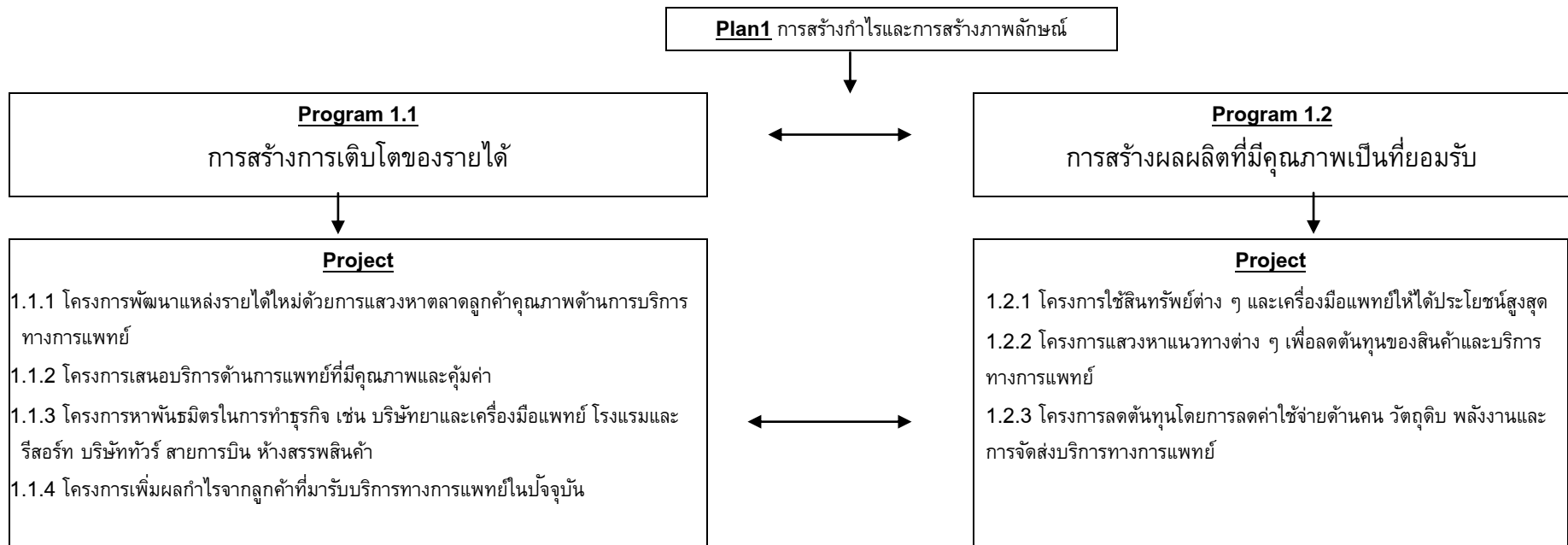
**นโยบาย (Policy)** จะใช้แนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตให้มีการบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยการสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด



**แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต**

**วิสัยทัศน์** จังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยจังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และจังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันในรูปแบบแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศ

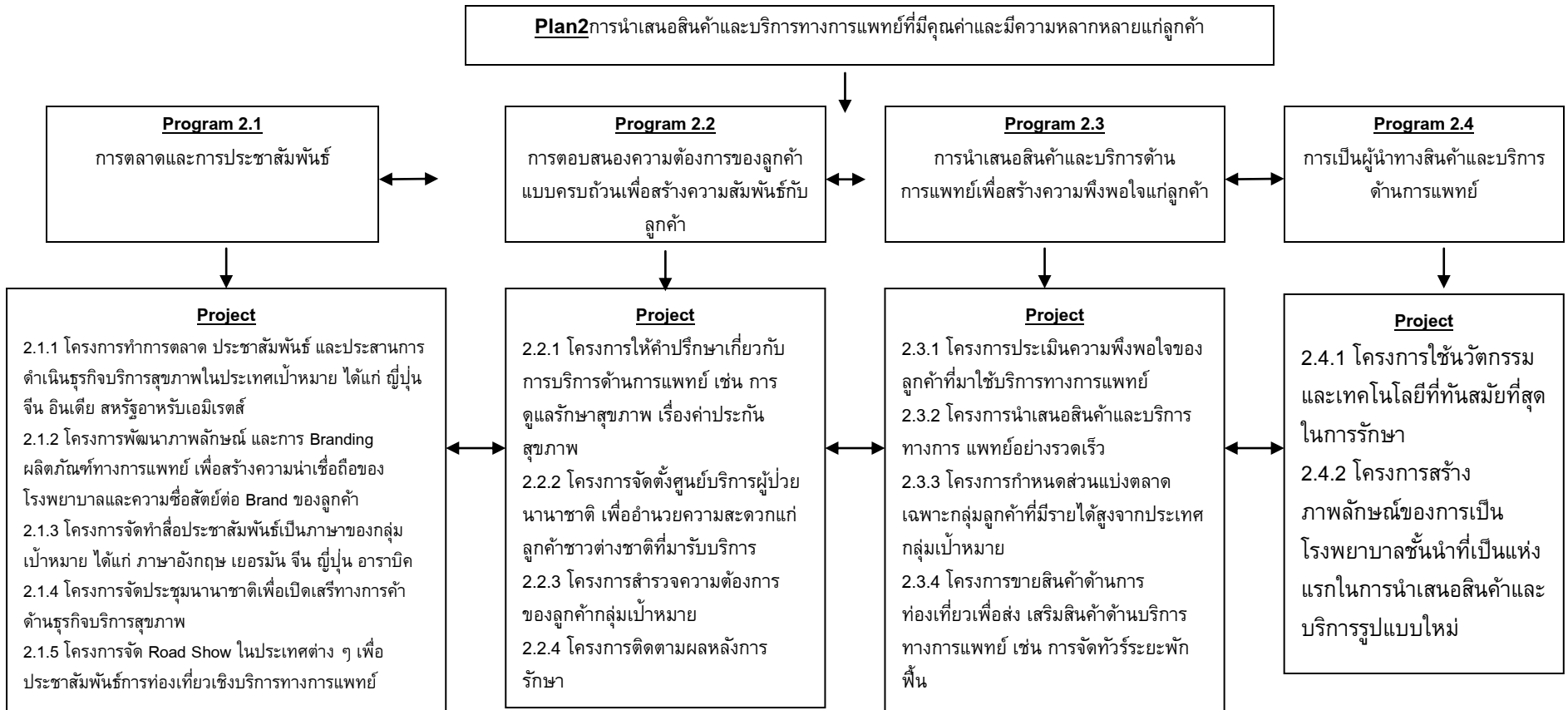
**นโยบาย (Policy)** จะใช้แนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตให้มีการบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยการสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด



**แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต**

**วิสัยทัศน์** จังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยจังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และจังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันในรูปแบบแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศ

**นโยบาย (Policy)** จะใช้แนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตให้มีการบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยการสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด



### แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

**วิสัยทัศน์** จังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยจังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และจังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันในรูปแบบแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศ

**นโยบาย (Policy)** จะใช้แนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตให้มีการบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยการสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด

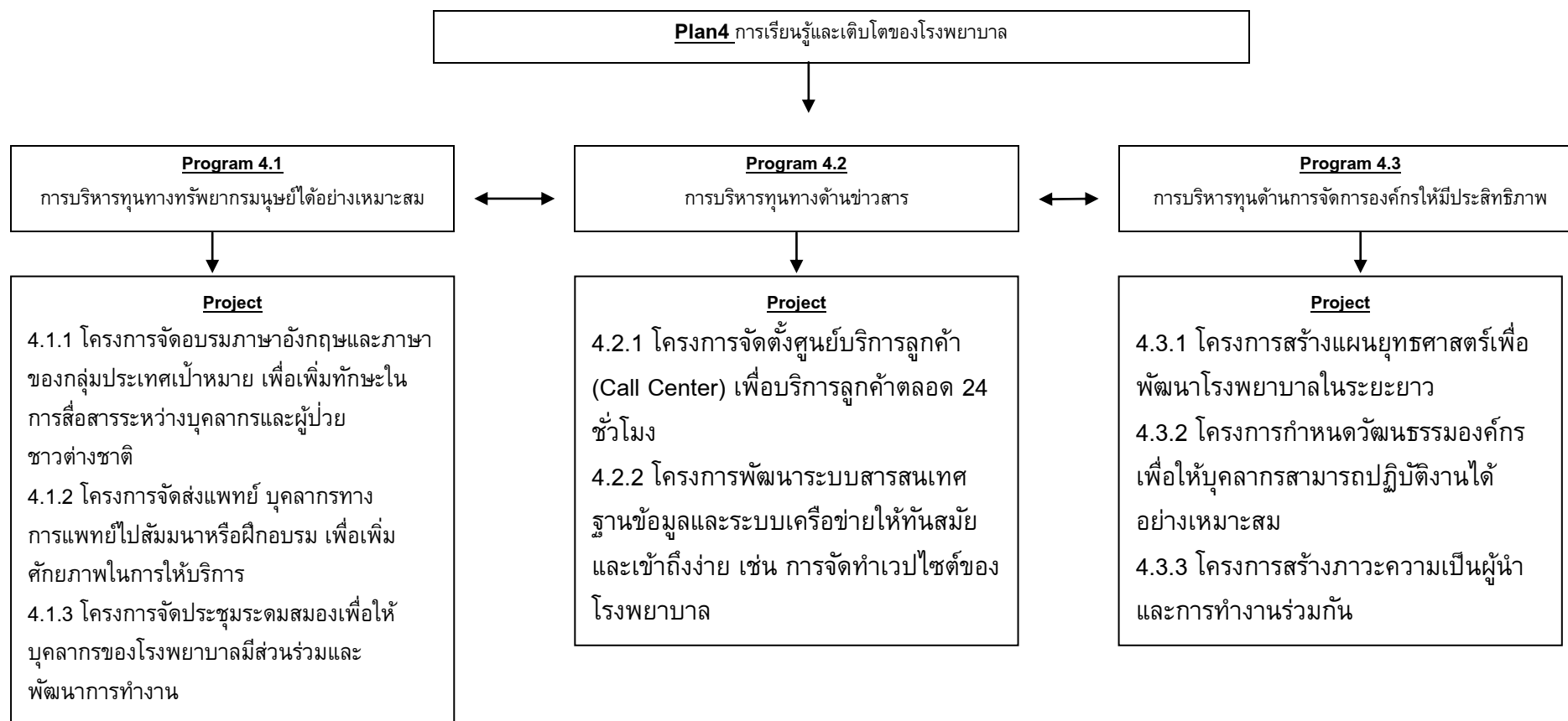
**Plan3** กระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล



## แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

**วิสัยทัศน์** จังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยจังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และจังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันในรูปแบบแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศ

**นโยบาย (Policy)** จะใช้แนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตให้มีการบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยการสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด



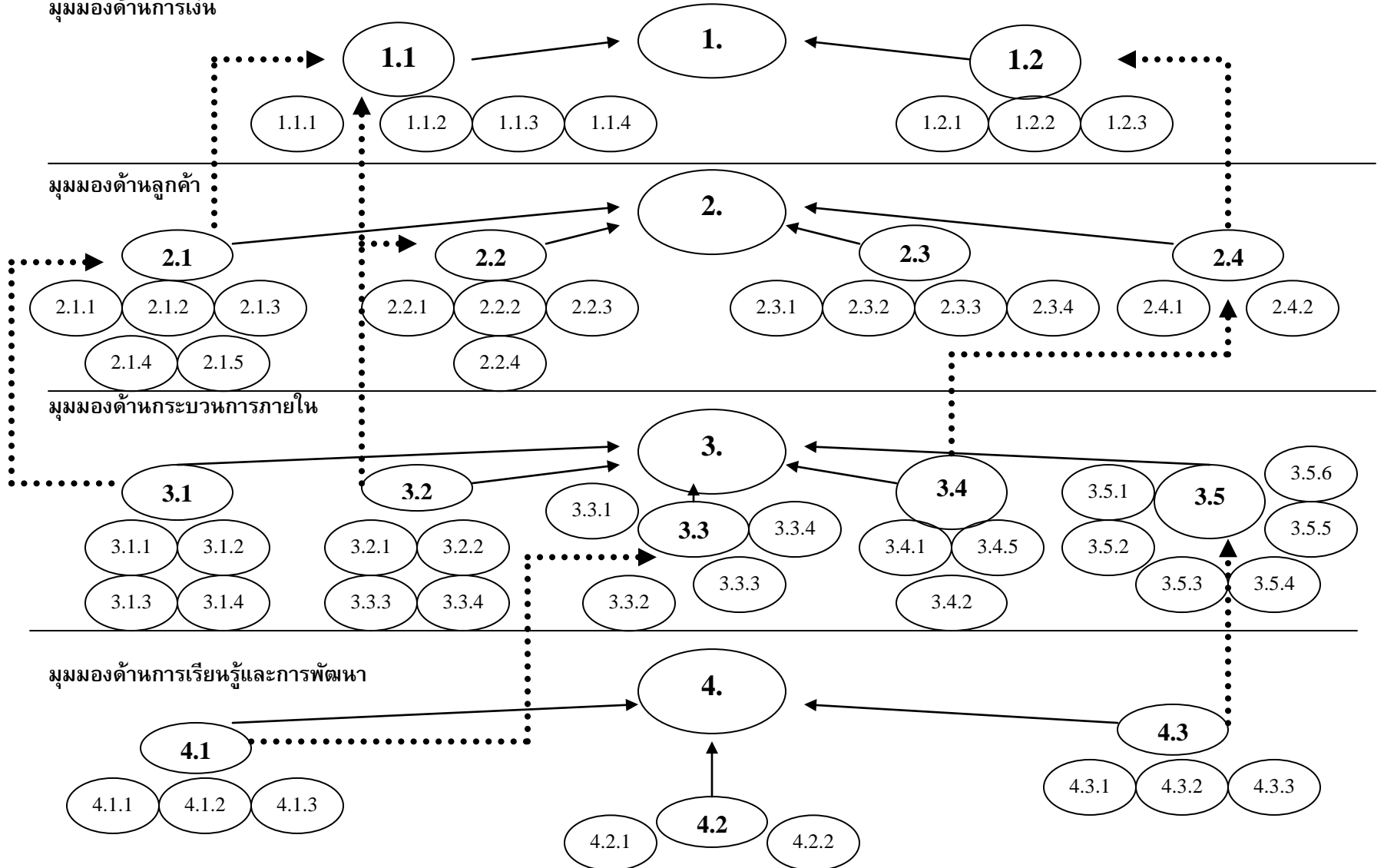
## แผนที่ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์นั้นถือเป็นผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ในรูปแบบของแผนที่ยุทธศาสตร์อันจะแสดงให้เห็นถึงยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการต่าง ๆ ในแผนพัฒนา ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงมุมมองทั้งสี่ประการจากประเมินผลบริหารธุรกิจ (Balance Scorecard) เพื่อแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ในเชิงรูปธรรมหรือนามธรรมก็ตาม สามารถทำให้ออกมาเป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตได้ในเชิงรูปธรรม

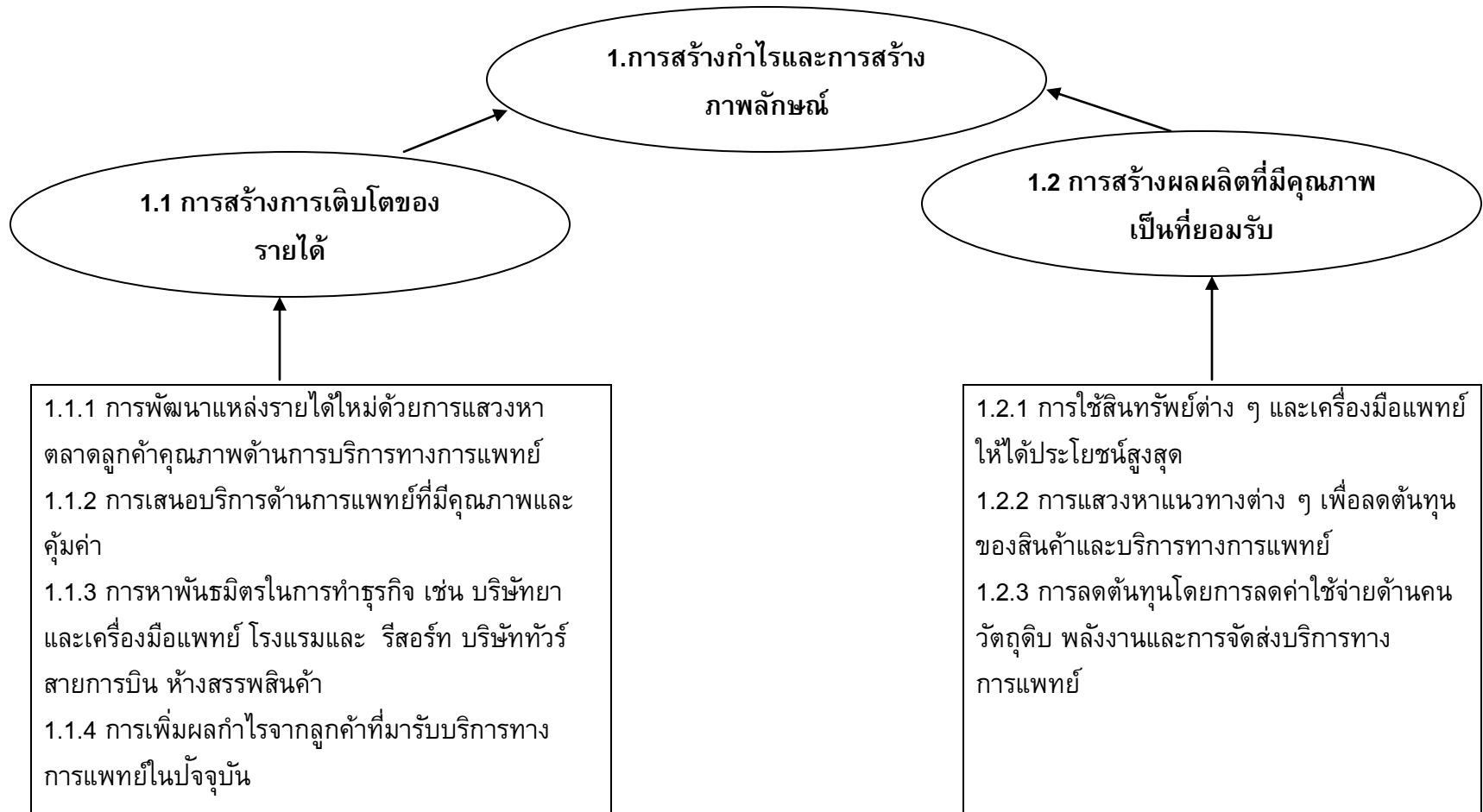
### แผนที่ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

**วิสัยทัศน์** จังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยจังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบต่อลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และจังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันในรูปแบบแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศ

#### มุมมองด้านการเงิน

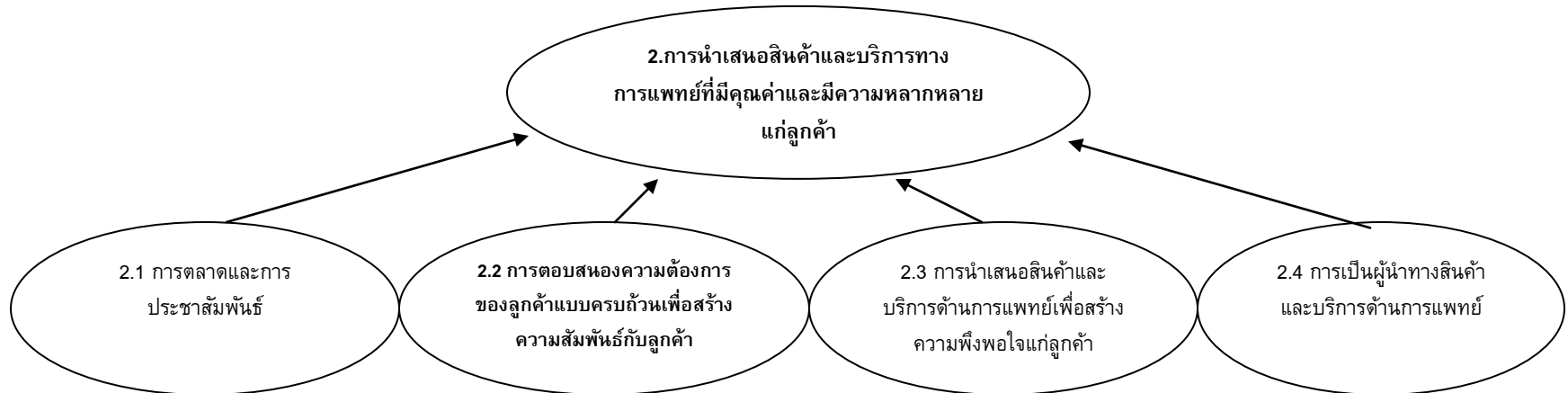


มุมมองด้านการเงิน





## มุมมองด้านลูกค้า



2.1.1 การทำการตลาดประชาสัมพันธ์และประสานการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

2.1.2 การพัฒนาภาพลักษณ์ และการ Branding ผลัดภัณฑ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลและความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า

2.1.3 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เยอรมัน จีน ญี่ปุ่น ฮาวาย บิด

2.1.4 การจัดประชุมนานาชาติเพื่อเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจบริการสุขภาพ

2.1.5 การจัด Road Show ในประเทศต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

2.2.1 การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการด้านการแพทย์ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ เรื่องค่าประกันสุขภาพ

2.2.2 การจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ

2.2.3 การสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

2.2.4 การติดตามผลหลังการรักษา

2.3.1 การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการทางการแพทย์

2.3.2 การกำหนดส่วนแบ่งตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย

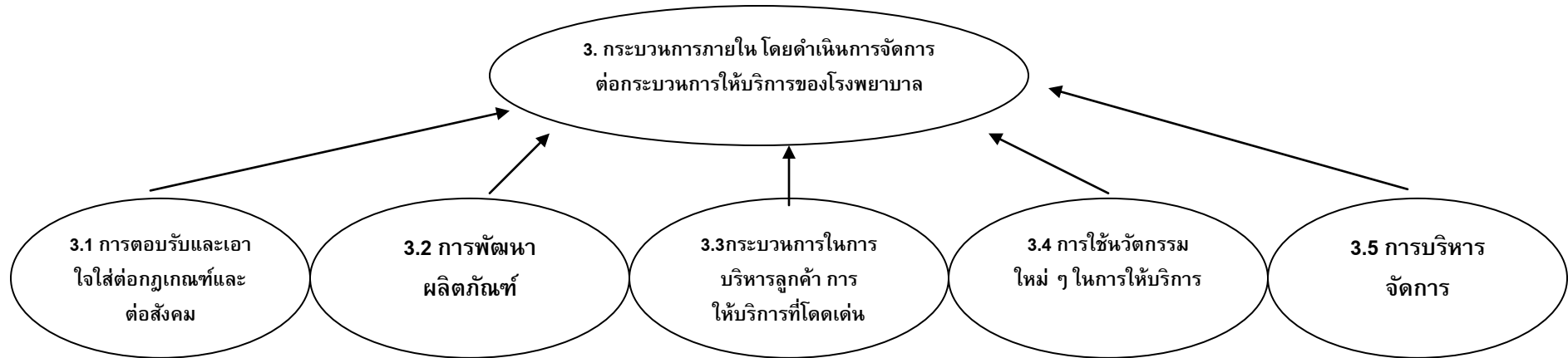
2.3.3 การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์อย่างรวดเร็ว

2.3.4 การขายสินค้าด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสินค้าด้านบริการทางการแพทย์ เช่น การจัดทัวร์ระยะพักฟื้น

2.4.1 การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา

2.4.2 การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่เป็นแห่งแรกในการนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่

## มุมมองด้านกระบวนการภายใน



3.1.1 การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และการเอาใจใส่ต่อบุคลากรของโรงพยาบาล  
 3.1.2 การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน  
 3.1.3 การสนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์  
 3.1.4 การให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยโดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยในการแพทย์

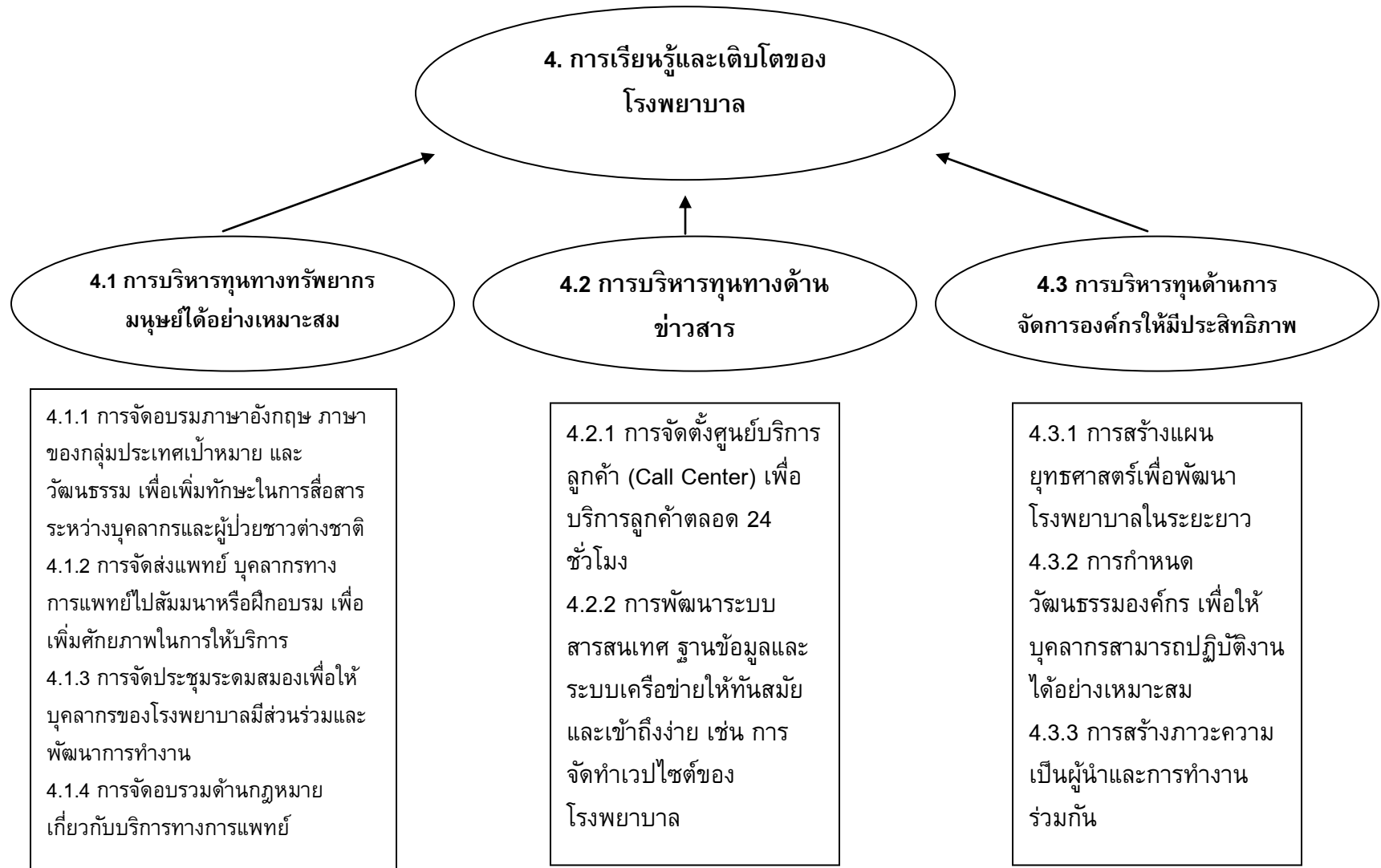
3.2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น  
 3.2.2 การจัดทำบัตรสุขภาพ V.I.P. สำหรับชาวต่างชาติ  
 3.2.3 การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการทางการแพทย์  
 3.2.4 การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของบริการและห้องปฏิบัติการด้านการแพทย์

3.3.1 การเลือกและเสาะหา กลุ่มลูกค้าเฉพาะด้าน การแพทย์และสุขภาพจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย  
 3.3.2 การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล  
 3.3.3 การให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันท่วงทีโดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล  
 3.3.4 การคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่ โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ

3.4.1 การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์รูปแบบใหม่ เช่น การติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์  
 3.4.2 การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเสนอต่อลูกค้า เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ตลอดจนการท่องเที่ยวระยะพักฟื้น  
 3.4.3 การบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ๆ

3.5.1 การจัดตั้งระบบฐานข้อมูลของโรงพยาบาลเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน  
 3.5.2 การกระจายสินค้าไปยังลูกค้าปรับปรุงกฎ ระเบียบเพื่อให้ลูกค้าชาวต่างชาติเข้าถึง  
 3.5.3 การจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสร้างกลไกการบริหาร และศึกษาวิจัยประเมินผลเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์  
 3.5.3 การแสวงหาบุคลากร เครื่องมือแพทย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน  
 3.5.5 การสร้างความร่วมมือด้านการแพทย์กับประเทศต่างๆ โดยการจัดประชุมวิชาการ  
 3.5.6 การบริหารความเสี่ยง

## มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต



จากการวิเคราะห์และประมวลผลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอเสนอแนะทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งออกเป็นสี่มุมมองดังนี้ มุมมองด้านการเงินที่ให้ความสำคัญกับการสร้างกำไรและภาพลักษณ์ เน้นไปที่การสร้างรายได้จากกลุ่มลูกค้าคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูง การลดต้นทุนทั้งในด้านการใช้วัตถุดิบต่าง ๆ อย่างคุ้มค่า และการหาพันธมิตรเพื่อช่วยลดราคาต้นทุนของสินค้า ในส่วนของมุมมองด้านลูกค้านั้นผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญแก่มุมมองนี้เช่นกัน เพราะถือว่าลูกค้าคือแหล่งรายได้อันจะนำมาซึ่งการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยสำรวจความต้องการของลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการในทุกด้านและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

สำหรับมุมมองด้านกระบวนการภายใน แนวทางการพัฒนาที่ได้เน้นไปที่การตอบรับและเอาใจใส่ต่อลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง โดยมีโครงการที่ให้ความสำคัญทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน การสนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์ ซึ่งนอกจากจะเป็นการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของโรงพยาบาลผู้ประกอบการแล้ว ยังสามารถใช้เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและเลือกใช้บริการของโรงพยาบาล เนื่องจากผลิตภัณฑ์และบริการนั้นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายแล้ว ทางโรงพยาบาลควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง โดดเด่น และมีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และในการที่จะทำให้อุปกรณ์และบริการมีความแตกต่าง โดดเด่นนั้น มีความจำเป็นต้องใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งจะทำให้โรงพยาบาลสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการทางการแพทย์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย การทำวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการนั้นจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีของโรงพยาบาล และเป็นที่ยู่อักกันอย่างแพร่หลาย

นอกจากนี้แผนที่ยุทธศาสตร์ยังได้นำเสนอมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล โดยการเน้นไปที่ทรัพยากรบุคคลที่มุ่งหวังให้บุคลากรของโรงพยาบาลสามารถปรับปรุง พัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลต่อการบริการที่มีคุณภาพ สำหรับการบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพนั้น โรงพยาบาลผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญแก่มุมมองนี้ เพราะถือเป็นรากฐานในการบริหารงาน เช่นการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะยาว อันจะทำให้โรงพยาบาลมองเห็นภาพรวมในการดำเนินงาน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้วางไว้

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัด  
ภูเก็ต

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของประเทศไทย และสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่เข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางการสร้างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

#### ความสำคัญของการวิจัย

เมื่อทำการศึกษาแล้วผู้วิจัยจะนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ที่ได้ไปเป็นแนวทางเพื่อประกอบการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในระดับชาติต่อไป

#### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่  
พื้นที่ศึกษาวิจัย ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกระทู้ อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา  
ผู้วิจัยจะทำการวิจัยถึงการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น  
การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

## การสังเกตภาคสนาม

ผู้วิจัยได้ลงสังเกตภาคสนามในพื้นที่ศึกษาทั้งโรงพยาบาลสามแห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ บริเวณชายหาดป่าตอง กะตะ กระรน แหลมพรหมเทพ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม อนุสาวรีย์วีรสตรี และตึกเก่าชิโนโปรตุกีส โดยได้ทำการสังเกตในระหว่างเดือนพฤษภาคม 2549 ถึง เดือนมกราคม 2550 และได้นำข้อมูลจากการสังเกตนี้มาใช้ในการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้

## การตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือคือ แบบตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์ และแบบตรวจสอบทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

## การดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม รวมจำนวนทั้งหมด 400 คน

1. ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 100 คน

2. ภาคเอกชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 100 คน

3. ประชากรภาคประชาชน คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 100 คน

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดภูเก็ตที่เดินทางท่องเที่ยวและมารับบริการด้านการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต โดยเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลสิริโรจน์ และโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 100 คน

### วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

#### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาหาความรู้และข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต จากเอกสาร หนังสือ ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการสร้างแบบสอบถาม

2. ขอบเขตของแบบสำรวจเชิงคุณภาพและแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ข้อมูลทรัพยากรท่องเที่ยวซึ่งได้มาจากแบบสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยว (Resource Audit) และแบบสอบถามสำหรับประชากรทั้ง 4 กลุ่ม

3. เครื่องมือเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชุด ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือผู้ประกอบการ และประชาชน เกี่ยวกับแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัด และแบบสอบถาม ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเองโดยใช้แบบตรวจสอบทรัพยากร แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชน 3 แห่งในจังหวัดภูเก็ต และด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต เช่น หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน แหลมพรหมเทพ วัดพระทอง และวัดไชยธาราราม เป็นต้น จากนั้นนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS การแจกนับค่าร้อยละ แล้วนำมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะขอรายงานผลโดยให้สอดคล้องกับแบบสอบถาม โดยมีผลวิจัยการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทิศนคติเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ ตลอดจนความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการด้านการแพทย์ โดยการนำค่าผลรวมสูงสุดของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม มาเฉลี่ยเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต

ผลการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ทรัพยากรด้านการบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตที่จัดว่ามีความสำคัญมากที่สุดคือ จำนวนโรงพยาบาลเอกชนมีเพียงพอและมีคุณภาพ รองลงมา ได้แก่ การมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยเพียงพอต่อการให้บริการ และการมีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ

ชาวต่างชาติอย่างเพียงพอและเหมาะสม เป็นอันดับ 3 สำหรับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่ได้รับความสนใจมากที่สุด คือ ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ แหลมพรหมเทพ หาดป่าตอง ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีระดับความสนใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำน้ำ ล่องเรือ สปา เดินป่า เทียวเกาะต่างๆ และทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระทอง วัดไชยธาราราม สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส หมู่บ้านชาวเล

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) พบว่า จุดแข็งของการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ คุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีอัตราค่ารักษาพยาบาลที่ต่ำกว่าค่ารักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ และผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม

จุดอ่อนของการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ การใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง รองลงมา ได้แก่ การขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ และการที่บุคลากรส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ

โอกาสในการพัฒนาการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น รองลงมา ได้แก่ การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และเป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วมีบริการทางการแพทย์ที่ต้องรอคิวนานเป็นปี ๆ

อุปสรรคต่อการพัฒนาการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาใช้วัตถุดิบ รองลงมา ได้แก่ เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย และการแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย

วิสัยทัศน์ที่ต้องการให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตพัฒนามากที่สุด ได้แก่ การพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษามีคุณภาพและมีมาตรฐานระดับสากล รองลงมา ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia) อันดับ 3 ได้แก่ จังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และอันดับ 4 ได้แก่ การพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ



ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์ และยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า รองลงมา ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล มีค่าระดับความคิดเห็นมาก และยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล มีค่าระดับความคิดเห็นมาก

กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ได้แก่ การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม รองลงมา ได้แก่ การสร้างการเติบโตของรายได้ และการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการให้บริการ และกลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์

ลักษณะการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาพร้อมกับครอบครัว เป็นอันดับ 1 เดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน เป็นอันดับ 2 และเดินทางคนเดียว เป็นอันดับ 3

จำนวนระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ จำนวน 1 – 2 สัปดาห์ อันดับ 2 คือ จำนวนต่ำกว่า 7 วัน และมากกว่า 4 สัปดาห์ และจำนวน 3 – 4 สัปดาห์ เป็นอันดับ 3

นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาล จากอินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 1 จากโบชัวร์ อันดับ 2 และจากศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เป็นอันดับ 3

แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการด้านการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด คือ คุณภาพและมาตรฐานของการรักษาพยาบาล เป็นอันดับ 1 มีค่ารักษาพยาบาลถูกกว่าประเทศอื่น เป็นอันดับ 2 และความมีชื่อเสียงในการบริการอื่น เป็นอันดับ 3 โดยมีค่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ความพึงพอใจต่อการให้บริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ คุณภาพและมาตรฐานของการรักษาพยาบาล รองลงมาได้แก่ คุณภาพและมาตรฐานของเครื่องมือแพทย์ และคุณภาพมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในโรงพยาบาล ราคาในการรักษาที่มีความเหมาะสม

ความต้องการในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลเอกชนจังหวัดภูเก็ต อันดับ 1 คือ การตรวจสุขภาพ มีค่าระดับความคิดเห็นมาก รองลงมาอันดับ 2 คือ การตรวจรักษาสุขภาพฟัน มีค่าระดับความคิดเห็นมาก และการตรวจรักษาตา/ หู คอ จมูก มีค่าระดับความคิดเห็นมาก เป็นอันดับ 3

ความต้องการในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ทางเลือกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่มากที่สุด คือ Spa and Relaxation เป็นอันดับ 1 มีค่าระดับความคิดเห็นมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ Smoke Toxin Release มีค่าระดับความคิดเห็นมาก และ Acupuncture มีค่าระดับความคิดเห็นมาก เป็นอันดับ 3

ความต้องการด้านการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ที่มากที่สุด คือ ห้องพักรักษาผู้ป่วย เป็นอันดับ 1 มีค่าระดับความคิดเห็นมาก รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ห้องพักรักษาผู้ป่วยและญาติ มีค่าระดับความคิดเห็นมาก และร้านอาหารและร้านค้าสะดวกซื้อ มีค่าระดับความคิดเห็นมาก เป็นอันดับ 3

### **แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต**

จากการสังเกตการณ์ ตรวจสอบทรัพยากร สัมภาษณ์ และการประมวลผลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตได้ดังนี้

#### **ด้านการสร้างกำไรและภาพลักษณ์**

1. การดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าคุณภาพด้านการบริการทางการแพทย์
2. การดำเนินโครงการหาพันธมิตรในการทำธุรกิจ เช่น บริษัทฯ และเครื่องมือแพทย์ โรงแรมและ รีสอร์ท บริษัททัวร์ สายการบิน ห้างสรรพสินค้า
3. การดำเนินโครงการใช้สินทรัพย์ต่าง ๆ และเครื่องมือแพทย์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด
4. การดำเนินโครงการแสวงหาแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและบริการทางการแพทย์

#### **ด้านการบริหารจัดการลูกค้า**

1. การดำเนินโครงการทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และประสานการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
2. การดำเนินโครงการจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าชาวต่างชาติที่มารับบริการ
3. การดำเนินโครงการขายสินค้าด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสินค้าด้านการบริการทางการแพทย์ เช่น การจัดทัวร์ระยะพักฟื้น
4. การดำเนินโครงการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในการรักษา

#### **ด้านการจัดการกระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล**

1. การดำเนินโครงการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมโดยการควบคุมกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนและพนักงาน
2. การดำเนินโครงการสนองนโยบายด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยในโรงพยาบาล โดยการตรวจสอบโครงสร้างและอุปกรณ์การแพทย์

3. การดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ในรูปแบบ One Stop Service โดยรวมค่าเดินทาง ที่พัก การรักษา การท่องเที่ยวระยะพักฟื้น
4. การดำเนินโครงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล
5. การดำเนินโครงการบริหารแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ใหม่ ๆ
6. การดำเนินโครงการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสร้างกลไกการบริหาร และศึกษาวิจัย ประเมินผลเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์

#### ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาล

1. การดำเนินโครงการจัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ
2. การดำเนินโครงการจัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ
3. การดำเนินโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายให้ทันสมัย และเข้าถึงง่าย เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล
4. การดำเนินโครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงพยาบาลในระยะยาว
5. การดำเนินโครงการกำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

#### อภิปรายผล

จากผลการศึกษาความคิดเห็นของ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยประมวลผลตามทฤษฎีการตรวจสอบทรัพยากร (Resource Audit) ของสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2545: 3) พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ทรัพยากรที่สำคัญอย่างยิ่งคือ การมีจำนวนโรงพยาบาลเอกชนที่มีจำนวนเพียงพอ มีคุณภาพ และการมีเทคโนโลยี อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยเพียงพอต่อการให้บริการ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าโรงพยาบาลที่มีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอ นั้น จัดเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต เมื่อพิจารณาถึงโครงสร้างพื้นฐานสาธารณสุขของจังหวัดซึ่งมีโรงพยาบาลเอกชนรองรับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ถึง 4 แห่ง รวม 229 เตียง คลินิกสาขาเวชกรรม 82 แห่ง และคลินิกทันตกรรมชั้นหนึ่ง 34 แห่ง (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. 2545ก: 7-8) และมีนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติเข้ารับการรักษาพยาบาลจำนวน 80,035 รายในปี พ.ศ. 2545 ซึ่งสร้างรายได้ประมาณ 247,205,000 บาท (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. 2545ข: 7-8)

นอกจากนี้ประชากรยังให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งมีเพียงพอและเหมาะสม ตลอดจนจำนวนแพทย์ พยาบาล และบุคลากรที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอสำหรับชาวต่างชาติในระดับมากและปานกลางโดยลำดับ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในโรงพยาบาลซึ่งเน้นการใช้ประโยชน์ในด้านการรักษาพยาบาลนั้น มีความจำเป็นเช่นเดียวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมของการท่องเที่ยว ดังนั้นห้องพักคนไข้และห้องพักในโรงแรมควรมีคุณภาพและมาตรฐานที่ทัดเทียมกันในประวัติความเป็นมาของวิวัฒนาการการท่องเที่ยวนั้น การเดินทางท่องเที่ยวในยุคเริ่มต้นมีวัตถุประสงค์หลักคือ การเดินทางเพื่อไปรักษาร่างกายและสุขภาพ ส่วนจำนวนแพทย์ พยาบาล และบุคลากรมีจำนวนเพียงพอสำหรับชาวต่างชาตินั้น จังหวัดภูเก็ตนับว่ามีแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชน 82 คน ทันตแพทย์ 14 คน เภสัชกร 59 คน และพยาบาลวิชาชีพ 171 คน (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. 2545ค: 9) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมด้านบุคลากรในการรองรับการให้บริการทางการแพทย์แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ในด้านอัตราค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสมนั้น ผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับปานกลาง เพราะในรายละเอียดของข้อมูลนั้นพบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าอัตราค่ารักษาพยาบาลเหมาะสมมาก แต่ประชากรท้องถิ่นมีความเห็นว่าอัตราค่ารักษาพยาบาลเหมาะสมปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากค่าครองชีพของประเทศไทยต่ำกว่าค่าครองชีพที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกาและประเทศในยุโรป นักท่องเที่ยวจึงมีความคิดว่าค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยมีราคาถูกกว่าในประเทศของตนเอง

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดทำแพคเกจทัวร์การท่องเที่ยวด้านการแพทย์อยู่ในระดับปานกลางเช่นกันสำหรับประชากรทั้ง 4 กลุ่ม ทั้งนี้ผู้วิจัยเชื่อว่า การจัดทำแพคเกจทัวร์การท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์นั้น เป็นความคิดนวัตกรรมที่ทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวยังไม่คุ้นเคย เนื่องจากบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยว เคยเป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและแยกจากกัน ไม่เคยถูกผนวกเข้าเป็นแพคเกจเดียวกัน ผู้วิจัยมีความคิดว่าในอนาคต โรงพยาบาลเอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และภาครัฐเช่น กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงพาณิชย์ควรประสานงานกันเพื่อวางแผนพัฒนาแพคเกจการท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์ เพราะว่าในปัจจุบัน บริษัทท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกาเริ่มทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อนำส่งนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในประเทศไทย ออกจำหน่ายในอเมริกาแล้ว ซึ่งเป็นการทำให้เงินรายได้รั่วไหลออกนอกประเทศ (Leakages) แทนที่จะเป็นรายได้ทวีคูณภายในประเทศ (Multiplier Effects)

ในการวิเคราะห์ทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ทรัพยากรธรรมชาติและกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญระดับมากเช่นกัน ผู้วิจัยมีความคิดว่า จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ซึ่งสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ แหล่ง

ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและกิจกรรมที่โดดเด่น เช่น การดำน้ำดูปะการัง ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวที่มีอำนาจในการดึงดูด (การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2545: 3) ได้แก่ทรัพยากรวัฒนธรรม เช่น สถาปัตยกรรมชิโนโปตุกีส หรือหมู่บ้านชาวเลย์ที่หาดราไวย์ ก็เป็นสิ่งที่นำมาผสมผสานเข้ากับสินค้าหลัก (Core Product) คือบริการทางการแพทย์ได้เป็นอย่างดี โดยจัดเป็นส่วนเพิ่มผลิตภัณฑ์ (Augmented product) ตามหลักของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (สุปัญญา ไชยชาญ. 2543: 186-187) ในขณะที่ประเพณีเทศกาลที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกของจังหวัดภูเก็ต คือ เทศกาลกินเจ บริการที่มีคุณภาพ และมาตรฐานด้านที่พักคือ โรงแรมและรีสอร์ท 5 ดาวจำนวนมาก ซึ่งตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของเกาะตามหาดต่าง ๆ เช่น หาดป่าตอง กระรน กะตะและในหานั้น ย่อมเป็นสินค้าที่นำมาเพิ่มความสมบูรณ์ให้กับสินค้าหลักด้านบริการทางการแพทย์ ทำให้บริการทางการแพทย์นั้นมีความหมายที่จะกลายเป็นสินค้าที่สร้างรายได้สูง เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว จึงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสินค้าด้านบริการทางการแพทย์ของประเทศไทยไปพร้อม ๆ กัน (วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. 2548: 20; อ้างอิงจาก โลภวันนี. 2546: 14)

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ต พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มมีความคิดเห็นว่าโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีคุณภาพบริการดีเยี่ยม เนื่องจากคนไทยมีอรรถยาศัยดี เป็นจุดแข็งที่มีความสำคัญมากที่สุดซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับ 2 คือ การมีค่ารักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ อันดับ 3 คือ ผู้ป่วยมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนหลังการรักษาในธรรมชาติที่งดงาม จุดแข็งอันดับ 4 คือ การมีโรงพยาบาล แพทย์ พยาบาลที่เชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสากล ซึ่งทั้ง 3 อันดับนี้ต่างก็มีค่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นกัน จุดแข็งที่มีความสำคัญลำดับ 5 คือการทำการตลาดเชิงรุกในต่างประเทศ เช่น การรวมตัวของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อทำ Road Show ไปยังต่างประเทศ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับจุดแข็งลำดับสุดท้าย คือ การมีบริการอำนวยความสะดวกและมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยขออภิปรายผลเกี่ยวกับจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตดังนี้ จุดแข็งที่มีความสำคัญอันดับหนึ่งได้แก่ คุณภาพบริการดีเยี่ยมเนื่องจากคนไทยมีอรรถยาศัยดี นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มารับบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตจะประทับใจในความมีน้ำใจของแพทย์และพยาบาลคนไทย ซึ่งอาจจะรู้สึกประทับใจเพราะเป็นบริการที่ Intangible คือการรู้สึกได้ แต่ไม่ได้ปรากฏเป็นรูปธรรมไม่เหมือนบริการที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ เช่น การผ่าตัด การทำฟัน ผู้วิจัยจึงคิดว่า จุดแข็งเรื่องความเป็นเจ้าบ้านที่ดีนี้ ถึงจะเป็นนามธรรมแต่เป็นสิ่งที่ควรได้รับการพัฒนาในบริการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ไปพร้อมกับบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นจุดแข็งอันดับสองของภูเก็ต เพราะนักท่องเที่ยวที่เป็นโรคต่าง ๆ ก็

สามารถท่องเที่ยวในภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงได้เช่นคนปกติ (วัชรวิฑูร์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. 2548: 18)

ในส่วนที่เกี่ยวกับจุดแข็งด้านจำนวนแพทย์และพยาบาลมีเพียงพอกับความต้องการสำหรับชาวต่างชาตินั้นก็เป็จุดแข็งที่มีความสำคัญเช่นกัน ผู้วิจัยคิดว่าประเทศไทยโดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต มีความเหมาะสมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์นั้นเป็นเพราะว่า นอกจากจังหวัดภูเก็ตจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีมาตรฐานระดับโลก (World Class) แล้ว จังหวัดภูเก็ตยังมีโรงพยาบาลเอกชนซึ่งมีแพทย์ พยาบาล และเทคโนโลยีนวัตกรรมทางการแพทย์ที่ทันสมัยทัดเทียมกับประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตได้รับการรับรองจากสถาบันรับรองมาตรฐาน International & Organization (ISO 9001 Version 2000) และมีภาพลักษณ์ ตลอดจน Brand ของบริการทางการแพทย์ที่อยู่ในระดับสากล จึงทำให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากประเทศที่พัฒนาแล้ว ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ (วัชรวิฑูร์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. 2548: 108)

ในส่วนของการค่ารักษาพยาบาลนั้น อัตราค่ารักษาพยาบาลของประเทศไทยต่ำกว่าของประเทศที่พัฒนาแล้ว ประเทศสิงคโปร์ได้กล่าวถึงค่าบริการรักษาพยาบาลของประเทศไทยเทียบกับสิงคโปร์ไว้ว่า เมื่อเดินทางมาบำบัดรักษาสุขภาพในประเทศไทยโดยรวมค่ารักษาพยาบาลและเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแล้ว ยังมีราคาต่ำกว่าการบำบัดในสิงคโปร์ และไม่ต้องรอคิวนานเป็นปีอีกด้วย (วัชรวิฑูร์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. 2548: 110) ซึ่งทำให้ผู้วิจัยมีความคิดว่า ความต้องการของลูกค้ชาวต่างชาติในการเดินทางมาใช้บริการท่องเที่ยวทางการแพทย์นั้น น่าจะมีรูปแบบของแพคเกจทัวร์ ซึ่งรวมถึงค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าบริการทางการแพทย์ ค่าบริการด้านการท่องเที่ยว ก่อนและหลังการรับบริการทางการแพทย์ ในรูปแบบของ One Stop Service ในราคาที่เหมาะสม เพื่อรองรับความต้องการแพคเกจรูปแบบดังกล่าว อาจเป็นความร่วมมือระหว่างโรงพยาบาลเอกชน บริษัทสายการบิน และบริษัททัวร์ในประเทศไทย เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์รูปแบบดังกล่าว อันจะสามารถสะท้อนภาพลักษณ์ของประเทศไทยในภาพรวมซึ่งจะมีทั้งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์ด้านบริการทางการแพทย์ ซึ่งจะโดดเด่นด้วยการบริการที่มีอริยาศัยไมตรีต่อผู้ป้วย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตพบว่า ค่าความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยการใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูงเป็นจุดอ่อนมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับความคิดเห็นที่มาก อันดับ 2 คือการขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ จุดแข็งลำดับรองลงมาคือ บุคลากรของโรงพยาบาลขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ จำนวนแพทย์มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น และบริษัทประกันของบางประเทศไม่รองรับการจ่ายประกันค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทย ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 3 ลำดับหลังนี้มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับ

ปานกลาง ผู้วิจัยขออภิปรายผลเกี่ยวกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตดังนี้ ในด้านจุดอ่อนอันดับแรกคือ การใช้เงินลงทุนด้านเทคโนโลยีสูง ซึ่งหากทางภาครัฐภาคเอกชน และภาคประชาชนในจังหวัดภูเก็ต ไม่มีนโยบายและเงินงบประมาณเพื่อลงทุนพัฒนาโรงพยาบาลและบริการทางการแพทย์ให้มีมาตรฐานและทันสมัยอยู่เสมอแล้ว การลงทุนก็จะเป็นการลงทุนที่มาจากต่างประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการรั่วไหลของรายได้ (Leakage) ผู้วิจัยมีความเห็นว่าจุดอ่อนข้อที่สองคือ การขาดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น การทำแพคเกจการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ มีความสำคัญเช่นกัน ซึ่งจุดอ่อนนี้จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขเพื่อเปลี่ยนเป็นจุดแข็งอย่างเร่งด่วน โดยภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนควรร่วมมือกันวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ และระดมทุนจากทุกฝ่ายที่เป็นคนไทย อันจะทำให้รายได้เป็นเงินเพิ่มทวีคูณอยู่ในประเทศ (Multiplier Effect) ตามหลักการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดย พยอม ธรรมบุตร (เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว. 2549: 5)

จุดอ่อนด้านการขาดทักษะของบุคลากรของโรงพยาบาลเอกชนที่จะสื่อสารเป็นภาษาต่างประเทศนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีโครงการฝึกอบรมทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศของกลุ่มตลาดเป้าหมาย เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน แก่บุคลากรของโรงพยาบาลเอกชน แก่จุดอ่อนข้อนี้ ส่วนจุดอ่อนด้านจำนวนแพทย์ไม่เพียงพอสำหรับประชากรทั้งประเทศนั้น เป็นจุดอ่อนของประเทศไทยอยู่เดิม ถึงแม้จะยังไม่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ และเมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบนี้แล้ว แพทย์ส่วนใหญ่ก็ยังคงให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปตามปกติ และประเทศไทยอาจพัฒนาบริการทางการแพทย์สำหรับประชาชนทั่วไปคู่ขนานไปกับการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ไปพร้อม ๆ กัน โดยเร่งพัฒนาการผลิตบุคลากรด้านการแพทย์และพยาบาลในภาพรวม ในส่วนที่เกี่ยวกับการที่บริษัทประกันของบางประเทศไม่รองรับการจ่ายประกันการรักษาพยาบาลในประเทศไทยนั้น ในปัจจุบันรัฐบาลประเทศที่ส่งออกคนไข้เพื่อเข้ามารักษาในประเทศไทย ได้เริ่มกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการนำส่งคนไข้เพื่อมารับบริการทางการแพทย์ชัดเจนมากยิ่งขึ้นอันจะทำให้ประเทศนั้นประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตนั้นพบว่า ความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม จัดว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีความเห็นว่า การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub of Aviation ทำให้สามารถรองรับจำนวนเที่ยวบินและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และบริการทางการแพทย์ในต่างประเทศต้องรอคิวนานนั้นเป็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 3 โอกาสนี้ต่างก็มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การที่

ภาครัฐให้การสนับสนุนในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ (Medical Hub of Asia) และโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเริ่มขยายเครือข่ายไปเปิดสาขาต่างประเทศทั้งการเข้าไปซื้อหุ้นและการรับเข้าไปบริหารงาน ซึ่งมีความคิดเห็นมากและปานกลางตามลำดับ

ผู้วิจัยขออภิปรายผลเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตดังนี้ การสนับสนุนให้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตเป็น Hub Of Aviation เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นนั้นนับเป็นโอกาสที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวใจของการพัฒนาการท่องเที่ยว ถ้าสนามบินภูเก็ตได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐานและคุณภาพกว่าที่เป็นอยู่ จะเปิดโอกาสให้เป็นช่องทางในการขนส่งนักท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์มายังภูเก็ตโดยตรง ในขณะที่เดียวกันการเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศจะช่วยให้เกิดการลงทุนทำให้การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น จึงนับเป็นโอกาสสำคัญเช่นกัน และเพื่อเป็นการกระตุ้นการพัฒนาด้านการเพิ่มคุณภาพของบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชนในภูเก็ตให้รวดเร็วขึ้นกว่าการรอการขยายตัวจากกองทุนภายในประเทศ อันจะเป็นการรองรับความต้องการของลูกค้าจากประเทศที่พัฒนาแล้วแต่ต้องรอคิวนาน แต่ทั้งนี้ทุกอย่างย่อมขึ้นอยู่กับนโยบายของภาครัฐที่จะให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบริการทางการแพทย์ของเอเชีย โดยกำหนดแผนปฏิบัติการที่ชัดเจนพร้อมให้งบประมาณสนับสนุนโรงพยาบาลเอกชน อย่างไรก็ตามในปัจจุบันได้มีโรงพยาบาลเอกชนบางแห่งได้รับการติดต่อให้ไปตั้งกิจการในต่างประเทศ เช่น ในตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นแนวทางที่อาจทำให้เกิดการรั่วไหลของรายได้จากประเทศไทย ซึ่งโอกาสในข้อนี้ควรมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ และกำหนดมาตรการที่เหมาะสม ก่อนที่จะมีการส่งออกโรงพยาบาลเอกชนไทยไปลงทุนที่ต่างประเทศตามกระแสความนิยมในด้านธุรกิจของโลกยุคโลกาภิวัตน์ ผู้วิจัยจึงมีความคิดว่า รัฐควรสนับสนุนการให้บริการทางการแพทย์ในประเทศมากกว่าที่จะส่งออกบริการทางการแพทย์ เพราะจะก่อให้เกิดการเพิ่มพูนรายได้และกระจายรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ตเช่นกัน เพื่อเป็นองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น ตามหลักการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544: 2-4)

ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต มีค่าความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยสถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไข้หวัดนก จัดเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอันดับ 1 มีค่าความคิดเห็นในระดับมาก อันดับ 2 คือ การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างสูงในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการแบ่งปันด้านบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย และถ้าคนไทยยังไม่ได้รับการบริการทางการแพทย์อย่างเพียงพอ รัฐอาจไม่สนับสนุนการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ ถือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในลำดับรองลงมา ซึ่ง 2 อันดับสุดท้ายมีค่าความคิดเห็นอยู่



ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลดังนี้ สถานการณ์ทางการเมืองปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดภาคใต้ ปัญหาไข้หวัดนก นับเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ต เพราะในโลกยุคโลกาภิวัตน์ ประเทศของกลุ่มตลาดเป้าหมายจะมองภาพรวมของประเทศไทยและทุกจังหวัดในภาคใต้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน และถ้าขาดความปลอดภัยนักท่องเที่ยวทั้งธรรมดาและที่จะมารับบริการทางการแพทย์ก็คงจะไม่ต้องเข้ามายังประเทศที่ขาดความปลอดภัย อนึ่งการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ก็มีสูงเช่นกัน ประเทศไทยอาจจะมีจุดเด่นด้านการให้บริการด้วยความมีน้ำใจ และมีความห่วงใยผู้ป่วยเสมือนญาติมากกว่าเป็นลูกค้า ซึ่งอาจจะเป็นการขจัดอุปสรรคดังกล่าวได้ ส่วนปัญหาด้านการแบ่งปันบริการทางการแพทย์ระหว่างลูกค้าชาวต่างชาติและชาวไทยนั้น ก็เป็นสิ่งที่อาจแก้ไขได้เช่นกัน เพราะโรงพยาบาลเอกชนจำเป็นต้องอยู่รอดด้วยการหาลูกค้าที่มีฐานะ เพื่อสามารถพัฒนาโรงพยาบาลไปสู่คุณภาพบริการด้านเทคโนโลยีระดับสูงด้านการแพทย์ ผู้วิจัยมีความคิดว่าการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการด้านบริการทางการแพทย์สำหรับคนไทยและชาวต่างชาติจะเป็นทางเลือกเพื่อพบความสมดุลของการแบ่งปันบริการดังกล่าวแก่ทั้งสองฝ่าย ซึ่งจะเป็นทางเลือกในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและจังหวัดภูเก็ตไปพร้อมกันและเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั่วไป เพื่อจะมีวิวัฒนาการมาสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและบริการทางการแพทย์ ซึ่งจะสร้างรายได้ให้จังหวัดภูเก็ตสูงกว่าสินค้าด้านการท่องเที่ยวชายหาดของจังหวัดภูเก็ต (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2546: 28)

จากการวิเคราะห์และประมวลผลวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ผลปรากฏว่า ความคิดเห็นโดยรวมต่อวิสัยทัศน์ในการพัฒนามีค่าความคิดเห็นซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก โดยจังหวัดจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานระดับสากล มีความเหมาะสมในการเป็นวิสัยทัศน์การพัฒนามากที่สุด มีค่าระดับความคิดเห็นมาก วิสัยทัศน์ที่มีความเหมาะสมรองลงมาอันดับ 2 3 และ 4 คือ การพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Tourism Capital of Asia) และเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia) จะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในรูปแบบของแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ และจังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High-end market) โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด ซึ่งทั้งสามอันดับนี้ต่างก็มีค่าความคิดเห็นในระดับมากเช่นกัน ผู้วิจัยขออภิปรายผลเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตดังนี้

จังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดมีบริการการรักษาที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพและบริการทางการแพทย์

แห่งเอเชีย โดยจังหวัดภูเก็ตจะสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นด้านบริการทางการแพทย์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยให้เกิดผลกระทบแก่ลูกค้าชาวไทยน้อยที่สุด และจังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาสินค้าทางการแพทย์และสินค้าทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันในรูปแบบ แพคเกจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศ

วิสัยทัศน์ดังกล่าวจะเป็นแผนที่นำทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต วิสัยทัศน์ด้านการสร้างคุณภาพมาตรฐานของบริการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์นั้นจะเป็นจริงได้ จำเป็นต้องแสวงหายุทธศาสตร์ในการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต อันจะพัฒนาเป็น Brand การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของจังหวัด ตามความคิดของสุวิมล แม้นจริง (2546: 173-174) โดยเฉพาะการสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในรูปแบบของ One Stop Service นั้นก็มีความจำเป็นเร่งด่วนเช่นกัน โดยจะยึดบริการทางการแพทย์เป็นหัวใจของผลิตภัณฑ์ (Core Product) และบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อมาเสริมบริการทางการแพทย์ (Augmented Product) ตามที่สุปัญญา ไชยชาญ (2543: 186-187) ได้เสนอไว้ ในการนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรเคารพหลักการนำทางด้านหลักการหลีกเลี่ยงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้าชาวไทย หรือให้มีผลกระทบน้อยที่สุด (พยอม ธรรมบุตร. 2549: 1-3) ในส่วนนี้เกี่ยวกับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ให้เป็นกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (High end market) นั้น ผู้วิจัยมีความคิดว่า จังหวัดภูเก็ตควรจะเบนจุดมุ่งหมายจากการนำเข้านักท่องเที่ยวชายหาด (Beach Vacation) จำนวนมาก (High Volume) ซึ่งจะเดินทางเข้ามาใช้จ่ายเงินจำนวนน้อย (Low Value) มาเป็นการนำเข้านักท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์จำนวนน้อย (Low Volume) ซึ่งจะเดินทางเข้ามาใช้จ่ายต่อวันเป็นจำนวนเงินสูงขึ้นไป (High Value) เพราะการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนน้อยแต่สามารถสร้างรายได้แก่รัฐได้สูงกว่านั้น นับเป็นนโยบายที่นำไปสู่การสร้างประโยชน์สูงสุดจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในเชิงเศรษฐศาสตร์ (Optimization) และเป็นการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความสามารถในการแข่งขันตลอดจนเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามนโยบายของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2549: 11-15)

ยุทธศาสตร์การสร้างกำไรและการสร้างภาพลักษณ์มีภาพรวมกลยุทธ์ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ กลยุทธ์การสร้างการเติบโตของรายได้ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์การสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับนั้นมีความเหมาะสมในการเป็นกลยุทธ์ลำดับรองลงมา โดยมีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นกัน ผู้วิจัยขออภิปรายเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการของยุทธศาสตร์ที่ 1 ดังนี้

กลยุทธ์การสร้างการเติบโตของรายได้ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างกำไรจากการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ โดยโรงพยาบาลจะต้องพิจารณา

แสวงหาแหล่งรายได้ใหม่ด้วยการแสวงหาตลาดลูกค้าระดับสูง (High end Market) ด้านการบริการทางการแพทย์ และนำเสนอบริการที่มีคุณภาพและคุ้มค่า ตลอดจนการเพิ่มกำไรจากลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตควรกำหนดกลยุทธ์ราคาสินค้าบริการทางการแพทย์ให้คุ้มค่ากับบริการที่ให้แก่ลูกค้า (Value for Money) และกำหนดราคาที่คุ้มค่ากับความโดดเด่นของสินค้าและบริการ (Value for Unique Product and Service) เช่นการผ่าตัดแปลงเพศของโรงพยาบาลสิริโรจน์นับเป็น Unique Product ระดับโลกซึ่งเป็นที่ยอมรับกันในหมู่นักท่องเที่ยวนานาชาติ และการโฆษณาที่ดีที่สุดสำหรับสินค้านี้คือ การบอกปากต่อปาก (Word of Mouth) และการกำหนดราคาที่คุ้มค่ากับบริการที่ได้รับจะมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ภาพลักษณ์ที่ดีจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกเมื่อมีโอกาสตามรายงานการวิจัยของสมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2548: 16) ส่วนโครงการแสวงหาพันธมิตรในการทำธุรกิจนั้นนับเป็นหัวใจของการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการแพทย์อย่างยิ่ง เพราะจะเป็นการก้าวไปสู่การสร้างแพคเกจด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ที่ครบวงจรในรูปแบบ One Stop Service สำหรับลูกค้าตลาดกลุ่มเป้าหมาย เพราะจะทำให้ความสะดวกในการซื้อแก่ลูกค้า แทนการแยกขายระหว่างสินค้าด้านการท่องเที่ยว และสินค้าด้านบริการทางการแพทย์

ในส่วนที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับนั้น โครงการแสวงหาแนวทางเพื่อลดต้นทุนสินค้าและบริการทางการแพทย์ ตลอดจนการลดต้นทุนโดยการลดค่าใช้จ่ายด้านกำลังคน ด้านวัตถุดิบ ด้านพลังงานและการจัดส่งบริการทางการแพทย์แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งนับเป็นโครงการสำคัญ ดังนั้นโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตควรแสวงหาแนวทางในการลดต้นทุนด้วยการมีโครงการประหยัดพลังงานในโรงพยาบาลเช่น การนำขยะไปเผาในเตาและนำความร้อนไปต้มผ้าต่าง ๆ ของคนไข้ หรือต้มน้ำร้อนเพื่อไปยังห้องพักคนไข้ เป็นต้น การแยกขยะในโรงพยาบาลนอกจากจะเพิ่มรายได้โดยการขายขยะประเภทกระดาษและแก้วแล้ว ยังเป็นการจัดการขยะที่เป็นพิษจากโรงพยาบาลอย่างถูกวิธีด้วย ซึ่งนับเป็นจรรยาบรรณของธุรกิจเช่นกัน ตามหลักการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดย รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2546: 75-76)

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 พบว่ายุทธศาสตร์การนำเสนอสินค้าและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณค่าและมีความหลากหลายแก่ลูกค้า มีภาพรวมกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก โดยกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนามากที่สุดที่เป็นอันดับหนึ่งคือ กลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือกลยุทธ์การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบถ้วนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กลยุทธ์การนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และกลยุทธ์การเป็นผู้นำทางสินค้าและบริการด้านการแพทย์ ซึ่งทั้งสามกลยุทธ์นั้นต่างก็มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น ผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการของยุทธศาสตร์ที่ 2 ดังนี้

กลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์นับเป็นแผนที่นำทางที่สำคัญในการที่จะนำการ  
 ท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาอย่างแท้จริง จึงควรมีการเข้าไปทำ  
 การตลาดประชาสัมพันธ์ในประเทศกลุ่มเป้าหมายเช่น ญี่ปุ่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยการ  
 จัดประชุมสัมมนาด้านธุรกิจสุขภาพ การทำ Road Show และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดทำสื่อเป็นภาษา  
 ของกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามการทำ  
 การตลาดและประชาสัมพันธ์นั้นควรเป็นการร่วมมือกันของภาครัฐและโรงพยาบาลเอกชนเพื่อให้การ  
 ท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์เป็นที่รู้จักให้กว้างขวางมากขึ้นจนทำให้เกิด Brand ของสินค้าด้าน  
 การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ จนทำให้เกิดความน่าเชื่อถือจากชาวต่างชาติ อันจะนำมาซึ่ง  
 ความซื่อสัตย์ต่อ Brand ของลูกค้า (สุวิมล แม้นจริง. 2546: 173-174)

ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์นั้นโรงพยาบาลควรรู้  
 ถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงบริการของตน ทั้งนี้ยังต้องรักษาลูกค้าเก่าไว้ด้วยในเวลา  
 เดียวกัน ผู้วิจัยจึงมีความคิดว่าโรงพยาบาลควรทำการสำรวจความต้องการลูกค้าโดยเฉพาะลูกค้า  
 กลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ควรจัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยนานาชาติที่พร้อมให้คำปรึกษาในเรื่องต่าง ๆ ทั้งด้าน  
 สุขภาพ และการประกันสุขภาพ และควรมีการติดตามผลหลังการรักษา ซึ่งบริการเหล่านี้จะทำให้  
 นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้ง่ายขึ้น (เพนซานสกีร์ และโทมัส. 1981: 127-40)  
 ส่วนการนำเสนอสินค้าและบริการด้านการแพทย์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้านั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้  
 นักท่องเที่ยวเลือกที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง การกำหนดส่วนแบ่งการตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มี  
 รายได้สูงจะทำให้โรงพยาบาลสามารถกำหนดแผนงานหรือนโยบายในการดำเนินงานได้อย่างมี  
 ประสิทธิภาพ การนำเสนอบริการทางการแพทย์ได้อย่างรวดเร็วและการขายสินค้าด้านการท่องเที่ยว  
 เพื่อส่งเสริมสินค้าด้านบริการทางการแพทย์ เช่น การจัดทัวร์ระยะพักฟื้นนั้นล้วนแล้วแต่เป็นส่วนที่จะ  
 ช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทั้งสิ้น (อเดย์ และแอนเดอร์สัน. 1975: 52-80)

ในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตให้โดดเด่นในด้าน  
 การรักษาพยาบาลนั้น โรงพยาบาลควรมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการรักษาให้มีความทันสมัย  
 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการ  
 ให้บริการของโรงพยาบาล ผลปรากฏว่าความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการพัฒนาในภาพรวมนั้นมีค่า  
 ความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยกลยุทธ์การตอบรับและเอาใจใส่ต่อกฎเกณฑ์และต่อสังคมกลยุทธ์  
 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์กระบวนการในการบริหารลูกค้า การให้บริการที่โดดเด่น มีความ  
 เหมาะสมเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ตามลำดับ โดยทั้ง 3 กลยุทธ์นั้นต่างมีค่า  
 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมรองลงมาคือ กลยุทธ์การใช้นวัตกรรม

ใหม่ ๆ ในการให้บริการ และกลยุทธ์การบริหารจัดการเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นกัน ผู้วิจัยขออภิปรายผลกลยุทธ์และโครงการของยุทธศาสตร์ที่ 3 ดังนี้

การจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตให้เป็นที่ยอมรับต่อสากลนั้น ตามกระแสของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เน้นให้การท่องเที่ยวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ยูวดี นิรัตน์ ตระกูล. 2541: 103-106) นั้น ทำให้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย ซึ่งนอกจากจะเป็นการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมตามจรรยาบรรณ อันจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าสินค้าของโรงพยาบาลนั้นเป็นสินค้าสีเขียว (Green Product) ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมแล้วยังถือเป็นการลดต้นทุน โดยการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ให้บริการทางการแพทย์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน ป้องกันความเสียหายและยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง หรือที่เรียกว่าเป็นการตลาดเชิงอนุรักษ์ถือเป็นการได้ประโยชน์ทั้งฝ่ายของผู้ให้บริการคือ โรงพยาบาลและสิ่งแวดล้อมซึ่งถือเป็นการพยากรณ์หลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จากการทำการตลาดเชิงอนุรักษ์ซึ่งถือเป็นการลดต้นทุนไปแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางในการที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ด้วยกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและคุ้มค่าต่อการซื้อนั้นจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์มากขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 5) ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการแบบ One Stop Service หรือการจัดทำบัตรสุขภาพ V.I.P. ก็ล้วนแต่เป็นการสร้างตัวเลือกให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้วิจัยคิดว่าภาครัฐควรเข้ามาช่วยส่งเสริมในด้านการทำวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ อันจะนำมาซึ่งรายได้ที่จะเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของสินค้า

นอกจากสินค้าของโรงพยาบาลที่เป็นการรักษาพยาบาลแล้ว การบริการก็ถือเป็นสินค้าที่สำคัญเช่นกัน เนื่องจากการบริการไม่สามารถมองเห็นหรือหรือรู้สึกได้ก่อนการซื้อ เช่นการที่คนไข้ไปหาหมอไม่สามารถบอกได้ว่าจะได้รับการรักษารูปแบบใด เพื่อลดความเสี่ยงของคนไข้ คนไข้จึงต้องตั้งกฎเกณฑ์ในการซื้อ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539: 287-289) ดังนั้นโรงพยาบาลจึงต้องสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อให้แก่คนไข้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอโครงการในการที่จะช่วยให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็วดังนี้ โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตควรให้ความสำคัญในด้านการให้บริการโดยการนำเสนอการให้บริการและการตรวจรักษาที่ตรงเวลา และทันท่วงทีโดยแพทย์ผู้ชำนาญ และการรับส่งผู้ป่วยจากจุดต่าง ๆ มายังโรงพยาบาล ตลอดจนการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ เป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาลให้แก่ลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าที่มีอยู่โดยการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ ด้วยการบริการที่โดดเด่นนี้จะทำให้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตนั้นแตกต่างจากโรงพยาบาลที่ให้บริการทั่วไป ส่วนการรักษาพยาบาลนั้นอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยก็เป็นส่วนสำคัญในการทำให้ลูกค้าไว้วางใจ ดังนั้นโรงพยาบาลจึงจำเป็นต้องคอยพัฒนาระบบและอุปกรณ์ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการติดตั้งระบบ GPRS การตรวจสุขภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

เช่น ศูนย์บาดาลเวชภายในโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตซึ่งให้บริการสำหรับนักดำน้ำที่มีอาการต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำน้ำ ซึ่งถือเป็นเทคโนโลยีการรักษาที่ทันสมัยและมีแห่งเดียวในจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ยังถือเป็นการให้บริการด้านการท่องเที่ยวไปในขณะเดียวกัน นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตยังมีบริษัทนำเที่ยวด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ “ภูเก็ต เฮลท์ แอนด์ ทราเวล” ซึ่งถือเป็นการทำการตลาดเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อย่างแท้จริง

สำหรับยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้และเติบโตของโรงพยาบาลนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มให้ความเห็นต่อกิจกรรมที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาว่าอยู่ในระดับมาก โดยกลยุทธ์การบริหารทุนทางทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสมมากเป็นอันดับ 1 มีค่าความคิดเห็นในระดับมาก อันดับสองคือกลยุทธ์การบริหารทุนทางด้านข่าวสาร ส่วนอันดับ 3 คือกลยุทธ์การบริหารทุนด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งต่างก็มีค่าความเห็นในระดับมากเช่นกัน ผู้วิจัยขออภิปรายผล กลยุทธ์และโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 ดังนี้

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าการบริการนั้นถือเป็นสินค้าที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ และการที่สินค้าจะได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับนั้นต้องอาศัยบุคลากรในการให้บริการ การพัฒนาบุคลากรจึงเป็นกลไกในการขับเคลื่อนระบบงานต่างให้เป็นไปได้อย่างราบรื่น ดังนั้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลนั้นควรให้การสนับสนุนบุคลากรไม่ว่าจะเป็นในด้านการจัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ จัดส่งแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ไปสัมมนาหรือฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ การจัดประชุมระดมสมองเพื่อให้บุคลากรของโรงพยาบาลมีส่วนร่วมในการพัฒนาการทำงานซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกร่วมในการเป็นเจ้าของอันจะทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ในยุคโลกาภิวัตน์นี้ถือได้ว่าเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีด้านข่าวสาร การเข้าถึงข่าวสารต่าง ๆ เป็นไปได้อย่างง่ายดาย ดังนั้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าด้านบริการทางการแพทย์นั้นก็ควรที่จะเข้าถึงได้ง่ายเช่นกัน การจัดทำเว็บไซต์และการจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้าก็น่าจะเป็นตัวเลือกที่ดีที่จะทำให้โรงพยาบาลสามารถนำเสนอลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทั้งยังไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากเท่ากับการทำประชาสัมพันธ์ในด้านอื่น ๆ

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. เพื่อเป็นแนวทางในการจัดสร้างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนผู้ประกอบการ และประชาชนที่มีส่วนได้เสียในพื้นที่ ควรนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ มาประชุมร่วมกันเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดและตรงกับความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้เสียในทุก ๆ ด้าน

2. โอกาสที่จังหวัดภูเก็ตจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์แห่งเอเชียตามนโยบายของรัฐบาลนั้น ภาครัฐควรให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและร่วมแสวงหาเงินลงทุนเพื่อลงทุนในธุรกิจบริการทางการแพทย์อย่างเหมาะสม

3. เพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต ควรให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายร่วมมือกัน และดำเนินการปฏิบัติตามแผนอย่างจริงจัง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

4. หนึ่งในปัจจุบันได้มีโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเริ่มออกไปลงทุนสร้างโรงพยาบาลและนำแพทย์ พยาบาลไปให้บริการในต่างประเทศ การพัฒนาไปในแนวทางดังกล่าวนี้ นับเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศ ซึ่งเราสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศทั้งด้านการท่องเที่ยวและบริการทางการแพทย์ไปพร้อม ๆ กัน และยังเป็น การสูญเสียแพทย์ พยาบาลไปอีกด้วย ดังนั้นจึงเห็นสมควรให้รัฐบาลพิจารณาและกำหนดนโยบายที่ชัดเจนด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของประเทศไทย เพื่อพัฒนาการที่ยั่งยืนในอนาคต

5. ปัจจุบันรัฐบาลของประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น เยอรมัน มีนโยบายที่จะส่งประชาชนที่ได้รับสวัสดิการทางสังคมด้านการฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ โดยให้เดินทางมารับการฟื้นฟูในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือน เพราะการให้สวัสดิการสังคมในรูปแบบดังกล่าวจะมีราคาถูกกว่าการให้บริการในประเทศเยอรมัน และโครงการส่งออกสวัสดิการดังกล่าวมายังประเทศไทยเป็นโครงการระยะยาว 30 ปี ผู้วิจัยมีความคิดว่ารัฐบาลควรพิจารณาและกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการที่ประเทศไทยจะผลิตสินค้าและบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การบำบัดรักษา และการฟื้นฟูสภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อเป็นสวัสดิการสังคมแก่ประเทศที่พัฒนาแล้ว ไว้ให้บริการในรูปแบบของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้รับบริการกลุ่มใหญ่หรือไม่ ตลอดจนควรมีการกำหนดมาตรการด้านดังกล่าวอย่างไร

6. ผู้วิจัยมีความเห็นว่าประเทศไทยควรเร่งทำแพ็คเกจในรูปแบบของ One Stop Service โดยนำสินค้าหลักที่สำคัญรวมไว้ในแพ็คเกจเดียวกัน ได้แก่ ตู้เครื่องบิน ห้องพักในโรงแรมหรือโรงพยาบาล บริการทางการแพทย์ บริการฟื้นฟูสุขภาพ และบริการท่องเที่ยว เพราะในปัจจุบันบริษัททัวร์ต่างชาติได้เริ่มทำแพ็คเกจดังกล่าวออกขายแก่ลูกค้าในประเทศของตนแล้ว ถ้าประเทศไทยไม่ทำแพ็คเกจดังกล่าวในอนาคตเมื่อเปิดการค้าเสรี นักลงทุนชาวต่างชาติอาจจะเข้ามาลงทุนด้านการสร้างโรงพยาบาล เพื่อให้บริการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตและในประเทศไทยแบบครบวงจร และประเทศไทยจะไม่ได้รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์เลย นอกจากแพทย์ พยาบาล และบุคลากรที่จะเป็นเพียงแค่อ่างงานราคาถูกเท่านั้น

7. หนึ่งในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ตนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรมีวิสัยทัศน์ที่จะสร้างยุทธศาสตร์เพื่อบูรณาการบริการทุกด้านเข้า

ด้วยกัน แทนการแยกกำหนดยุทธศาสตร์เฉพาะ โดยมองทั้งภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการวางแผนและการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ใน จังหวัดภูเก็ต กับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐ ที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพ แห่งเอเชีย (Medical Hub of Asia)

2. เนื่องจากการส่งเสริมบริการทางการแพทย์ให้แก่ชาวต่างชาตินั้น อาจทำให้เกิดปัญหาด้านการแบ่งปันบริการทางการแพทย์แก่คนท้องถิ่น จึงควรมีการศึกษาถึงศักยภาพในการให้บริการทางการแพทย์แก่คนภูเก็ตด้วย เพราะหากเกิดความขัดแย้งขึ้นอาจจะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง บริการทางการแพทย์หยุดชะงักลงได้

3. เนื่องจากสถาบันการศึกษาในจังหวัดภูเก็ตยังไม่สามารถผลิตบัณฑิตทางด้านบริการทางการแพทย์ได้เอง จึงอาจทำให้ภูเก็ตไม่สามารถเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางการแพทย์ได้อย่างเต็มตัว จึงควรมีการเปิดการเรียนการสอน หรือวิทยาเขตในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรรองรับ การพัฒนาด้านบริการทางการแพทย์อย่างแท้จริง

4. ควรมีการศึกษาความต้องการ แรงจูงใจ และทัศนคติตลอดจนพฤติกรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของกลุ่มตลาดเป้าหมายด้านบริการทางการแพทย์ในระดับลึก เช่น ตลาดนักท่องเที่ยวชาว ยุโรป อเมริกา และประเทศในตะวันออกกลาง

5. ควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการที่โรงพยาบาลเอกชนจะสามารถให้บริการทางการแพทย์แก่ประชาชนชาวไทย และเปิดให้บริการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในอีกช่วงเวลาหนึ่ง โดยไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง อีกทั้งยังเป็นการใช้ทรัพย์สินให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่แพทย์ พยาบาล และบุคลากร



## บรรณานุกรม

- กมล ส่งวัฒนา. (2534). *การวางแผนกลยุทธ์แบบบูรณาการ*. สงขลา: ภาควิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *ข้อมูลเชิงวิชาการการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://mots.go.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). *การดำเนินงานเรื่อง Ecotourism ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ.
- (2544ก). *แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ.
- (2544ข). *Longstay*. กรุงเทพฯ; ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *การวางแผนโครงการท่องเที่ยวไทย รายงานสรุปร่างนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ถ่ายเอกสาร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). *แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548 และทิศทางการท่องเที่ยวปี 2549-2551*. กรุงเทพฯ.
- (2549). *แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต*. สืบค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2550, จาก [www.tat.go.th](http://www.tat.go.th)
- กองธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการส่งออก. (2546). *นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.depthai.co.th>
- จังหวัดภูเก็ต. (2549). *ยุทธศาสตร์จังหวัดภูเก็ต*. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.phuket.go.th](http://www.phuket.go.th)
- ชนินทร์ ชุนหพันธ์รักษ์. (2544). *นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์เอกสารและตำรา สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ณัฐฉิณี สุริยวงศ์. (2546). *ความคิดเห็นของพยาบาลเกี่ยวกับการบริการเพื่อพัฒนาโรงพยาบาลรามธิบดีสู่คุณภาพ*. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดำรงค์ วัฒนา. (2548). *คู่มือการจัดทำแผนยุทธศาสตร์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.ops.moc.go.th/pcni/Strategie%20manual.hmt>
- ดิกเกอชโนโปรตุเกส. (2550). สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2550, จาก [www.geocities.com](http://www.geocities.com)
- ไทยกับเป้าหมายศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย. (2547, สิงหาคม). *ปราสาทสังข์ เศรษฐกิจวิเคราะห์*. 22(8): 21-28.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). *ตลาดโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- นพวรรณ อุณหไวกะ. (2548). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของแผนกเวชศาสตร์ฟื้นฟู. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิภา (ทองไทย) แก้วศรีงาม. (2527). จิตวิทยาองค์กร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บัวขาว กมลศิลป์. (2540). ศึกษาแรงจูงใจในการเข้าศึกษาสายสามัญ โดยวิธีเรียนทางไกลของนักศึกษาศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียน อำเภอ จ.ร้อยเอ็ด. การศึกษามหาบัณฑิต (การศึกษานักศึกษาผู้ใหญ่). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท เทส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ เย็นคงคา; และคนอื่นๆ. (2547). การจัดการเชิงกลยุทธ์ *Strategic Management*. กรุงเทพฯ.
- ปัญญา ชีระวิทย์เลิศ. (2546). เอกสารประกอบการเรียนวิชาเครื่องมือวิจัย. กรุงเทพฯ: สภาวิจัยแห่งชาติ.
- ปราณีรัตน์ การดี; และคนอื่นๆ. (2547). รายงานการวิจัยการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- แผนงานวิจัยและพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพและระบบการประเมินผลกระทบทางสุขภาพ. กระทรวงสาธารณสุข. (2549). การประเมินสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2550, จาก [www.sea.hpp-hia.or.th](http://www.sea.hpp-hia.or.th).
- แผนที่จังหวัดภูเก็ต. (2550). สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2550, จาก [www.midnightthailand.com](http://www.midnightthailand.com)
- พยอม ธรรมบุตร. (2546). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549ก). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- (2549ข). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรพิมล จันทรพลับ. (2539). เอกสารประกอบการสอนจิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 3. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์วัฒนา.

- พลุ เตชะรินทร์. (2546). *เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balance Scorecard and Key Performance Indicator*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญพักตร์ ศรีทอง. (2547). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างและภูมิภาคอินโดจีน*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.tu.ac.th/cgi-bin/arts/tourism>
- มนรัตน์ ใจเอื้อ. (2549). *การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านบริการทางการแพทย์ กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยว)*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2545). *เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9-15*. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2546ก). *เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8*. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- (2546ข). *การวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุวดี นิรันดร์ตระกูล. (2541). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. 36 ปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว*. เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- โรเบิร์ต, เอส แคปแลนด์; และ เดวิด, พี นอร์ตัน. (2548). *แผนที่ยุทธศาสตร์*. แปลโดย สมพงษ์ สุวรรณจิตกุล. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.
- โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต. (2549). สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.phukethospital.com](http://www.phukethospital.com)
- โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต. (2549). สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.missionphukethospital.com](http://www.missionphukethospital.com)
- โรงพยาบาลสิริโรจน์. (2549). สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.phuket-inter-hospital.co.th](http://www.phuket-inter-hospital.co.th)
- วัดไชยธาราราม. (2550). สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2550, จาก [www.phuketjettour.com](http://www.phuketjettour.com)
- วัดพระทอง. (2550). สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2550, จาก [www.sssns.com](http://www.sssns.com)
- วัฒนา วงศ์เกียรติสินรัตน์ และคณะ. (2546). *การวางแผนกลยุทธ์ปะการกำหนดแผนองค์กรสู่ความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ.

- วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์. (2548). โครงการศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต. กรุงเทพฯ: สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. ถ่ายเอกสาร.
- วิภา อร่ามรุ่งโรจน์ชัย. (2544). แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ. สารนิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วชิรชัย สิริสัมพันธ์. (2546, มกราคม-มีนาคม). จุลสารการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 22(1).
- วีณา ชุ่มบัณฑิต. (2549). การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน กรณีศึกษา จังหวัดสมุทรสาคร. สารนิพนธ์ วมท. (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วีรวิทย์ มาณะศิริพันธ์ และณัฐพันธ์ เขจรฉันทน์. (2547). การพัฒนา Balance Scorecard. กรุงเทพฯ: บีโรท์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- ศูนย์ฝึกอบรมแลพัฒนาสุขภาพภาคประชาชนภาคเหนือ. (2549). แผนที่ยุทธศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2550, จาก [www.northphc.org/doc/strategicmap.doc](http://www.northphc.org/doc/strategicmap.doc).
- สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ และคนอื่นๆ. (2545). โอกาสทางการตลาดกอล์ฟและสุขภาพในประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา. กรุงเทพฯ.
- สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ และคนอื่นๆ. (2548, มกราคม-มีนาคม). โอกาสและกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวสุขภาพในประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา. วารสารบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 28(105): 1-25.
- สมยศ นาวิการ. (2549). เศรษฐศาสตร์การบริหาร. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. (2542). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องกลยุทธ์การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพ. (2545). บันได 3 ขั้นสู่ HA. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.geocities.com](http://www.geocities.com)
- สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2547). ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ กับการเชื่อมต่อเครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรประชาชนในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สิทธิศักดิ์ พุทธิพิทักษ์. (2540). *การบริหารกลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์ขององค์กรด้วยวิธี Balance Scorecard*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).
- สิริพรรณ สุพรรณพงศ์. (2549). *การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต*. สารนิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). *การบริหารการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง จำกัด.
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. (2549). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.msu.ac.th](http://www.msu.ac.th)
- สุวิมล แม้นจริง. (2546). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- เสาวนีย์ สีนะศิริมากุล. (2548). *การสำรวจแนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการใช้บริการคลินิกรักษาฟื้นฟูสุขภาพที่จะเปิดบริการภายในโรงแรมจังหวัดเชียงใหม่*. สารนิพนธ์ วิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสถียร เหลืองอร่าม. (2547). *การจัดการองค์กรและวิธีปฏิบัติงาน*. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- สำนักปฏิบัติงานจังหวัดภูเก็ต. (2548ก). *จำนวนประชากรแยกเพศ รายตำบล/อำเภอ และจำนวนครัวเรือน*. จังหวัดภูเก็ต. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2549, จาก [www.phuket.go.th](http://www.phuket.go.th)
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2544). *ร่างกรอบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย 2547-2551*. คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร แถลงต่อรัฐสภา วันจันทร์ที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2547). *สาระสำคัญของอนุกรรมการมาตรฐาน ISO 9002: 2000*. กระทรวงอุตสาหกรรม. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.tisi.go.th/sky2k/9000](http://www.tisi.go.th/sky2k/9000)
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. (2546). *สถิติผู้มารับบริการจากโรงพยาบาลรัฐและเอกชน ปี 2545*. การสาธารณสุขเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต. ภูเก็ต.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. (2547ก). *แผนพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการด้านสาธารณสุขอนามัยและคุณภาพชีวิต*. ภูเก็ต.
- (2547ข). *แผนยุทธศาสตร์สนับสนุนให้ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย 2547-2550*. ภูเก็ต.
- (2547ค). *เอกสารประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อบูรณาการตามแผนยุทธศาสตร์ Phuket as Health Tourism Destination of Asia*. ภูเก็ต.

- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2548). *โครงการศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต*. กรุงเทพฯ: สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานฯ.
- ชายหาดกะตะ กระรน. (2550). สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2550, จาก [www.pantip.com](http://www.pantip.com).
- อัญชลี ภูพานิช. (2539). *แรงจูงใจในการเรียนการศึกษานอกโรงเรียนสายสามัญ ระดับมัธยมศึกษาของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ ศบม. (การศึกษาผู้ใหญ่และการศึกษาต่อเนื่อง). นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.
- อารัญ บุญชัย และจินตนา ตันศราวิพุธ. (2546, พฤศจิกายน-ธันวาคม). *จุดขายใหม่ของการท่องเที่ยวไทย*. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 40(5): 22-34.
- อนุวัฒน์ ศุภชุติกุล (2550). *การพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล*. สถาบันและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล. สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2550, จาก [www.ha.or.th](http://www.ha.or.th)
- อนุสาวรีย์ท้าวเทพกษัตรีท้าวศรีสุนทร. (2550). สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2550, จาก [www.geocities.com](http://www.geocities.com)
- Aday, Lu Ann & Ronald Andersen. (1975). *Access to Medical Care*. New York: Health Administration Press.
- Brown, Douglas. (1981). *Affective Factors in Second Language Learning in the Second Language*. Direction of the 1980's. New York: Oxford University.
- Ceballos Lascurain. (1991). *ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.msu.ac.th](http://www.msu.ac.th)
- Elizabeth Boo. (1991). *ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.msu.ac.th](http://www.msu.ac.th)
- Kotler, Phillip. (2000). *Marketing Management*. The Millennium Edition. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kotler, Phillip; Amstrong, Gray. (2001). *Principles of Marketing*. Ninth Edition. Prentice-Hall Inc.
- Penchansky, Roy and Thomas, William J. (1981). *The Concept of Access Definition and Relationship to Consumer Satisfaction*. Medical Care Fds. London.
- Robert, W McIntosh; Charles, R Goeldner; & J.R. Brent, Ritchie. (1995). *Tourism Principle, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Son, Inc.
- The Commonwealth Department of Tourism. (1994). *ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.msu.ac.th](http://www.msu.ac.th)

- The Ecotourism Society. (1991). *ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.msu.ac.th](http://www.msu.ac.th)
- Vroom, Victor H. (1970). *Management and Motivaton*. Baltimore: Pengnin.
- Wallestine, Harvey. (1971). *A Dictionary of Psychology*. Marryland: Pengnin Books.
- Western. (1993). *ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.msu.ac.th](http://www.msu.ac.th)
- Wikipedia. (2006). *Medical Tourism*. สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.wikipedia.org/wiki/Medical\\_tourism](http://www.wikipedia.org/wiki/Medical_tourism)
- Wolman, Benjamin B. (1973). *Dictionary of Behavior Science*. Voon Nostrand: Reinheld Company.
- World Tourism Organization. (2006). *Tourism*. สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2549, จาก [www.wto.org](http://www.wto.org).