



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ในจังหวัดภูเก็ต

คณะผู้วิจัย

นางสาววัชรีย์ ดำศรี

นายชนกันต์ หิรัญพันธ์

สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

กุมภาพันธ์ 2548

สัญญาเลขที่ RDG47O009

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ในจังหวัดภูเก็ต

คณะผู้วิจัย

- นางสาววชิระ คำศรี
- นายชนกันต์ หิรัญพันธ์

สังกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
บ้านราไวย์บังกะไล

สนับสนุนโดย

สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

กุมภาพันธ์ 2548

สารบัญ

| เรื่อง | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | |
| กิตติกรรมประกาศ | |
| บทสรุปผู้บริหาร | |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่อง | 1 |
| วัตถุประสงค์..... | 5 |
| คำถามหลักของการวิจัย..... | 5 |
| แนวทางการศึกษาวิจัย..... | 6 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ | 6 |
| สมมติฐานการวิจัย..... | 7 |
| ข้อตกลงเบื้องต้น | 7 |
| ผลที่คาดว่าจะได้รับ | 9 |
| กระบวนการผลิตต้นผลงาน | 9 |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 10 |
| เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการวัดศักยภาพ | 10 |
| เอกสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ..... | 14 |
| เอกสารที่เกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ต..... | 18 |
| เอกสารที่เกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของลูกค้า | 23 |
| เอกสารที่เกี่ยวกับมาตรฐานของโรงพยาบาล..... | 26 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย | 34 |
| วิธีการศึกษา..... | 34 |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 35 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา..... | 37 |
| การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล | 40 |

สารบัญ (ต่อ)

| เรื่อง | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 42 |
| ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล | 42 |
| ความพร้อมในการยกระดับรับรองมาตรฐานของโรงพยาบาล..... | 50 |
| ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | 56 |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... | 104 |
| สรุปผลการวิจัย..... | 105 |
| อภิปรายผล | 108 |
| ข้อเสนอแนะ..... | 115 |
| บรรณานุกรม | |
| ภาคผนวก | |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 3.1 แสดงการใช้บริการด้านการรักษาพยาบาลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดภูเก็ตเปรียบเทียบกับคนไทย ปี 2545 จำแนกรายโรงพยาบาล | 36 |
| 3.2 การคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างการวิจัยศักยภาพ ของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต | 37 |
| 4.1 แสดงนโยบายทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | 44 |
| 4.2 แสดงมาตรฐานของโรงพยาบาล จำแนกตามบันไดสู่มาตรฐาน HA..... | 52 |
| 4.3 แสดงการรับรองมาตรฐานโรงพยาบาล 4 แห่งในจังหวัดภูเก็ต | 56 |
| 4.4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามเพศ | 57 |
| 4.5 แสดงเขตภูมิภาคของนักท่องเที่ยวชาวไทย | 58 |
| 4.6 แสดงเขตภูมิภาคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ | 58 |
| 4.7 แสดงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย | 59 |
| 4.8 แสดงช่วงอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว | 60 |
| 4.9 แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว..... | 61 |
| 4.10 แสดงรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว | 62 |
| 4.11 แสดงวิธีการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตแบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว..... | 63 |
| 4.12 แสดงจำนวนวันท่องเที่ยวพักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ตแบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว.. | 64 |
| 4.13 แสดงเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของผู้ใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว | 65 |
| 4.14 แสดงเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของผู้ใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามเขตภูมิภาค..... | 67 |
| 4.15 แสดงเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของผู้ใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามอาชีพ | 68 |
| 4.16 แสดงเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของผู้ใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามรายได้ต่อเดือน..... | 69 |
| 4.17 แสดงงบประมาณเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว | 71 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 4.18 แสดงประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเคยใช้บริการ แบ่งตามเขตภูมิภาค..... | 72 |
| 4.19 แสดงประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเคยใช้บริการ แบ่งตามอาชีพ | 73 |
| 4.20 แสดงประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเคยใช้บริการ แบ่งตามรายได้ต่อเดือน..... | 74 |
| 4.21 แสดงการกลับมาใช้บริการหรือการบอกต่อของกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว | 77 |
| 4.22 แสดงการจัดลำดับเหตุผลหลักในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามเขตภูมิภาค..... | 79 |
| 4.23 แสดงการจัดลำดับเหตุผลหลักในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามอาชีพของนักท่องเที่ยว..... | 80 |
| 4.24 แสดงการจัดลำดับเหตุผลหลักในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามรายได้ของนักท่องเที่ยว..... | 80 |
| 4.25 แสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามเขตภูมิภาค..... | 83 |
| 4.26 แสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามรายได้ | 84 |
| 4.27 แสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามอาชีพของนักท่องเที่ยว..... | 85 |
| 4.28 แสดงความสนใจประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจจะใช้บริการนอกเหนือจากที่เคยใช้บริการมาแล้ว แบ่งตามเขตภูมิภาค | 87 |
| 4.29 แสดงความสนใจประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจจะใช้บริการนอกเหนือจากที่เคยใช้บริการมาแล้ว แบ่งตามอาชีพ..... | 88 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|--|------|
| 4.30 แสดงความสนใจประเภท ของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจจะใช้บริการนอกเหนือจากที่เคยใช้บริการมาแล้ว แบ่งตามอาชีพ..... | 89 |
| 4.31 แสดงระดับค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย ก่อนใช้บริการของโรงพยาบาล เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต | 94 |
| 4.32 แสดงระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย หลังใช้บริการของโรงพยาบาล เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต | 95 |
| 4.33 แสดงระดับค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ ก่อนใช้บริการของโรงพยาบาล เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต | 96 |
| 4.34 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หลังใช้บริการของโรงพยาบาล เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต | 97 |
| 4.35 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการ และระดับความพึงพอใจหลังใช้บริการของโรงพยาบาล เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว..... | 98 |

| | |
|--------------------|---|
| ชื่อเรื่องงานวิจัย | ศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต |
| คณะผู้จัดทำ | วัชรดี คำศรี ชนกันต์ หิรัญพันธ์ |
| แหล่งทุน | สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย |

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งศึกษา 3 ประเด็น คือ (1) ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต (2) ความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต และ (3) ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

จากการสำรวจผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่งในจังหวัดภูเก็ตพบว่า โรงพยาบาลภาคเอกชน 2 แห่ง มีผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และโรงพยาบาลภาครัฐ 2 แห่งกำลังดำเนินการให้มีผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต พบว่าโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่ง กำลังพัฒนามาตรฐานเพื่อการรับรองคุณภาพการบริการ ในปัจจุบันมีโรงพยาบาลเอกชน 1 แห่ง ได้ผ่านมาตรฐาน HA แล้ว ส่วนมาตรฐาน ISO 9001:2000 นั้น มีโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองแล้ว 2 แห่ง ซึ่งเป็นโรงพยาบาลเอกชนทั้งหมด

ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไปพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่มีความสนใจบริการนวดแผนไทย และเมดิคอลสปา ตามลำดับ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้ใช้บริการจากโรงพยาบาลนั้น ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการรับบริการของโรงพยาบาล หากเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนใช้บริการกับความพึงพอใจหลังใช้บริการ ปรากฏว่ามีระดับใกล้เคียงกัน

คำหลัก: ศักยภาพ, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, โรงพยาบาล, จังหวัดภูเก็ต

| | |
|-----------------------|---|
| Research Topic | potential of hospital for health tourism in Phuket |
| Research Team | Watcharee Damsri Chonagan Hiranphan |
| Funding Agency | Area-Based Tourism Research Centre for Sustainable Tourism Development. The Thailand Research Fund |

Abstract

This is a researching for potential of hospital for health tourism in Phuket. Searching at 3 points of issue (1) Hospital supply for health tourism (2) Preparation for hospital standard improvement and (3) Requirement of general tourism and health tourism

Field working of researcher is interview, observation, questionnaire, taking a photo and present by explain and analyze under photo.

Researched from 6 hospitals in Phuket , found that there are 2 groups service. First is medical science service and health service supply. 2 Private hospitals is already promote and now is improving these service. 2 Government hospitals is working on marketing plan which is appropriate for tourism and others 2 hospitals was not have this kind of service yet.

All 6 research hospital in Phuket is on improving for local standard and international standard such HA which have 1 of private hospital done for HA standard and 2 private hospital had done on ISO 9001-2000 that all of them also have a service supply for health tourism.

Almost local tourist and foreigner tourist are interested in health tourism in both kind of medical science service and health service supply. Their expectation is a high quality like a big country but lower pricing , they also can refund all fees from theirs Health Insurance Foundation and others is a good service with our Thai culture.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง “ศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต” สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือ และความร่วมมืออย่างดียิ่งจากหลายฝ่ายด้วยกัน ในโอกาสนี้จึงขอขอบพระคุณองค์การและบุคคลต่างๆ ต่อไปนี้

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต ซึ่งได้ให้ข้อมูลเบื้องต้น ทั้งเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ประกอบในการเขียนเค้าโครงวิจัย อีกทั้งได้เสนอแนะแนวคิดหลายๆ มุมมอง จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของโครงการวิจัยนี้ด้วย

โรงพยาบาลและบุคลากรของโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่งในจังหวัดภูเก็ต คือ โรงพยาบาลป่าตอง โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลสิริโรจน์ และโรงพยาบาลถลาง ผู้ให้ข้อมูล และช่วยรวบรวมข้อมูล รวมถึงในคำแนะนำ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในงานวิจัยเรื่องนี้

และขอขอบคุณสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ที่ได้ให้ทุนวิจัย และช่วยเหลือหนุนเสริมการเรียนรู้ กระบวนการวิจัยสำหรับการสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่ในพื้นที่จังหวัดพังงา กระบี่ และภูเก็ต ตั้งแต่การเสนอแนวคิดวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยได้เสร็จสิ้นสมบูรณ์

คณะผู้จัดทำ

28 กุมภาพันธ์ 2548

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการวิจัยเรื่อง “ศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต” มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางด้านการตลาดที่เหมาะสม เพื่อวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ด้วยใช้วิธีวิจัยผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ด้วยการสำรวจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดำเนินการโดยโรงพยาบาล หรือกิจการอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลในฐานะเจ้าของ, สำรวจความต้องการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตในช่วงเดือนสิงหาคม – กันยายน 2547 จำนวน 798 คน ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญของผลการศึกษาออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของโรงพยาบาลในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่มารับการรักษาโรค แต่ยังมาใช้บริการส่งเสริมสุขภาพกันมากขึ้น โรงพยาบาลเองต่างก็ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่น นี สปา มีนวดแผนโบราณ เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลนั้น เป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่¹ (Repositioning) โดยนำผลิตภัณฑ์บริการด้านการแพทย์ และส่งเสริมการแพทย์ ซึ่งบริการผู้ป่วยในท้องถิ่น นำผลิตภัณฑ์มาเข้าสู่ตลาดเป้าหมายใหม่ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยมีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับตลาดใหม่ เช่น การพอกสีฟัน, การปลูกผม เป็นต้น โดยสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ ร่วมด้วยอย่างกลมกลืน

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลนี้มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ซึ่งแตกต่างจากการบริการสุขภาพจากกลุ่มอื่นๆ คือ การบริการด้วยบุคลากรที่มีความรู้ด้านการแพทย์ ผสมกับการใช้เครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยช่วยในการบำบัดรักษา และส่งเสริมสุขภาพ เช่น บริการนวดแผนโบราณ ก็บริการด้วยนักกายภาพที่ชำนาญการ ส่วนสปา ก็เป็นสปาการแพทย์ (Medical Spa) ซึ่งผสมผสานการบริการด้วยเครื่องมือทางการแพทย์อันทันสมัย สิ่ง

¹ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 349.

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการวิจัยเรื่อง "ศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต" มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางด้านการตลาดที่เหมาะสม เพื่อวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้วิธีวิจัยผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ด้วยการสำรวจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดำเนินการโดยโรงพยาบาล หรือกิจการอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลในฐานะเจ้าของ, สำรวจความต้องการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตในช่วงเดือนสิงหาคม – กันยายน 2547 จำนวน 798 คน ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญของผลการศึกษาดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของโรงพยาบาลในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่มารับการรักษาโรค แต่ยังมาใช้บริการส่งเสริมสุขภาพกันมากขึ้น โรงพยาบาลเองต่างก็ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่นมี สปา มีนวดแผนโบราณ เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลนั้น เป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่¹ (Repositioning) โดยนำผลิตภัณฑ์บริการด้านการแพทย์และส่งเสริมการแพทย์ ซึ่งบริการผู้ป่วยในท้องถิ่น นำผลิตภัณฑ์มาเข้าสู่ตลาดเป้าหมายใหม่ คือกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยมีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับตลาดใหม่ เช่น การพอกสีฟัน, การปลูกผม เป็นต้น โดยสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ ร่วมด้วยอย่างกลมกลืน

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลนี้มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ซึ่งแตกต่างจากการบริการสุขภาพจากกลุ่มอื่นๆ คือ การบริการด้วยบุคลากรที่มีความรู้ด้านการแพทย์ ผสมกับการใช้เครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยช่วยในการบำบัดรักษา และส่งเสริมสุขภาพ เช่น บริการนวดแผนโบราณ ก็บริการด้วยนักกายภาพที่ชำนาญการ ส่วนสปา ก็เป็นสปาการแพทย์(Medical Spa) ซึ่งผสมผสานการบริการด้วยเครื่องมือทางการแพทย์อันทันสมัย

¹ ศิววรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 349.

เหล่านี้ นับได้ว่าเป็นจุดของโรงพยาบาลในเรื่องมาตรฐานการบำบัดรักษา ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยมากกว่าใช้บริการในแหล่งอื่นๆ

โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลัก (Core Service Product) อยู่ 2 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์บริการทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ มีรายละเอียดโดยสังเขป ดังนี้

1. **บริการทางการแพทย์** เป็นการบำบัดรักษา หรือฟื้นฟูสุขภาพที่สามารถรอการรักษาได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 บริการตรวจสุขภาพ โดยปกติจะแบ่งโปรแกรมตามกลุ่มอายุของผู้รับบริการ แต่ก็สามารถจัดรายการเพิ่มพิเศษอื่นๆ เช่น บริการตรวจสุขภาพหัวใจ, บริการตรวจสุขภาพสำหรับสตรี เป็นต้น

1.2 บริการทันตกรรม เช่น บริการฟอกสีฟันให้ขาว ทั้งการใช้สารเคมี และการใช้เลเซอร์ช่วยเร่งปฏิกิริยา เป็นต้น

1.3 บริการศัลยกรรม เช่น การศัลยกรรมตกแต่ง, การผ่าตัดแปลงเพศ, การปลูกผม และการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่า เป็นต้น

1.4 บริการล้างสารพิษ เช่น การฟอกเลือดสำหรับผู้เป็นโรคไต เป็นต้น

1.5 บริการแพทย์แผนจีน เช่น การฝังเข็ม เป็นต้น

1.6 บริการแก้ไขสายตาด้วยวิธี Lasik

1.7 บริการคลอดบุตร

1.8 บริการผิวพรรณและความงาม

2. **บริการส่งเสริมสุขภาพ** เป็นการบำบัดเพื่อผ่อนคลาย ช่วยเสริมสร้างให้มีสุขภาพจิตและกายที่ดี ส่วนใหญ่อยู่กลุ่มการแพทย์ทางเลือก เช่น แพทย์แผนไทย ซึ่งประกอบไปด้วย การนวดแผนไทย การนวดเท้า การประคบสมุนไพรไทย เป็นต้น และการแพทย์แผนจีนก็กำลังเป็นที่นิยมเช่นกัน ทั้งการฝังเข็ม และการนวดแผนจีน เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โรงพยาบาลนำเสนอกลุ่มนักท่องเที่ยว นั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีมาตรฐานสากล และสามารถสร้างความสุขให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2. ความพร้อมด้านมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

โรงพยาบาล เป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลโดยกระทรวงสาธารณสุข และกลุ่มวิชาชีพก็มีแพทยสภาคอยดูแลอยู่อีกทางหนึ่ง การดำเนินงานของโรงพยาบาลจึงอยู่ภายใต้กรอบที่เคร่งครัดหลายประการ แต่ทางโรงพยาบาลเองก็ยังพัฒนามาตรฐานเพิ่มเติม เช่น มาตรฐาน Hospital Accreditation ของกระทรวงสาธารณสุข และมาตรฐาน ISO 9001:2002 ของ International Standard Organization เพื่อให้สร้างความน่าเชื่อถือ และเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากยิ่งขึ้น

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตพบว่า สามารถแบ่งประเภทของโรงพยาบาลได้ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. โรงพยาบาลที่กำลังพัฒนาสู่มาตรฐานโรงพยาบาล ประกอบด้วย ภาครัฐ 3 แห่ง คือ โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต, โรงพยาบาลป่าตอง และโรงพยาบาลถลาง โรงพยาบาลภาคเอกชนอีก 1 แห่ง คือ โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต
2. โรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโรงพยาบาลแล้ว ประกอบด้วย โรงพยาบาลภาคเอกชน 2 แห่ง คือ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต ได้รับการรับรองมาตรฐาน HA (Hospital Accreditation) กับมาตรฐาน ISO 9001 Version 2000 ส่วนโรงพยาบาลสิริโรจน์ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 Version 2000

3. ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอันเป็นที่รู้จักกันดีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3S คือ Sea, Sand และ Sun ยังคงเป็นจุดขายหลัก สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น เป็นจุดขายเสริมที่ช่วยเพิ่มสีสันให้กับภูเก็ตได้เป็นอย่างดี “กลับบ้านไปพร้อมกับความงาม” อันเกิดจาก S ตัวที่ 4 คือ Surgery นั่นเอง

จากการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการในกลุ่มแพทย์แผนไทย เมดิคอล สปา กลุ่มสุขภาพและความงาม ซึ่งเป็นกลุ่มการบริการที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องเตรียมตัวในการรับบริการมากนัก ราคาไม่สูง สะดวกในการรับบริการ โดยเฉพาะนวดแผนไทย ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว จึงเป็นบริการที่มีความต้องการสูงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ส่วนการสำรวจความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการใช้บริการโรงพยาบาล พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคาดหวังในการบริการสูง และได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดี ทำให้ได้รับความพอใจ ต้องการใช้บริการซ้ำเมื่อมีโอกาส โดยเฉพาะการบริการโดยเจ้าหน้าที่ นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมาก ซึ่งตรงกับจุดขายของอุตสาหกรรมบริการไทยประเทศไทย ที่มีจุดเด่นในการบริการแบบไทย อันเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงเป็นจุดขายหนึ่งของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตได้

4. โอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

รัฐบาลไทยเริ่มให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2546 โดยมีนโยบายให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเอเชีย โดยมีกรุงเทพฯ, จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต เป็นพื้นที่นำร่องในการพัฒนานั้น ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและทดลองใช้บริการกันมากขึ้น โดยเฉพาะโรงพยาบาลซึ่งเป็นสถานประกอบการที่ให้บริการด้านการแพทย์อยู่นั้น ก็มีนโยบายในการให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็วมากกว่าร้อยละ 100 ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา เช่น ในปี พ.ศ.2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยประมาณ 630,000 คน ในปี พ.ศ.2546 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเป็น 973,532 คน และในปี พ.ศ.2547 คาดว่า จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้บริการเพิ่มขึ้นถึง 1,100,000 คน¹

ส่วนจังหวัดภูเก็ตก็มีแผนการโดยวางเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์²สนับสนุนให้จังหวัดภูเก็ตมีผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวใน 3 กลุ่ม คือ บริการทางการแพทย์ (Medical Service), บริการทันตกรรม (Dental Care) และบริการตรวจสุขภาพ

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีการสร้างขีดความสามารถในการแข่ง (SWOT Analysis) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งทำให้มองเห็นจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค เพื่อให้สามารถกำหนดทิศทางทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต และกำหนดจุดยืนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

¹ กองธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2546. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน. หน้า 1.

² สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. 2546. เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อบูรณาการตามแผนยุทธศาสตร์ PHUKET as Health Tourism Destination of Asia. หน้า 10/54.

จุดแข็ง

จังหวัดภูเก็ตมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน รวมทั้งมีประสบการณ์รักษาผู้ป่วย ในรายที่มีความยากและซับซ้อน เช่นการผ่าตัดหัวใจ การแพทย์ไทยในปัจจุบัน ได้แก่ การทำบายพาสโรคหัวใจและหลอดเลือดหัวใจตีบ การทำศัลยกรรมพลาสติก และการผ่าตัดแปลงเพศ

โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมีมาตรฐานในระดับนานาชาติ นอกจากนี้ โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตที่มีนโยบายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังได้รับมาตรฐานในระดับสากล และของรัฐบาลไทย เช่น มาตรฐานของ International S Organization (ISO 9001 Version 2000) และของกระทรวงสาธารณสุข (HA.) ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้การยอมรับว่าจะได้รับการบริการที่ดีตามมาตรฐาน นอกจากนี้จะได้รับมาตรฐานต่างๆ แล้ว โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตยังได้รับรางวัลเกียรติยศอื่นๆ อีก เช่น Prime Minister's Award 2004 จากกระทรวงพาณิชย์¹ ในประเภทธุรกิจบริการที่มีชาวต่างประเทศมาใช้บริการมาก เป็นต้น

ค่ารักษาพยาบาลสมเหตุสมผล ด้วยอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าของประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังที่ MediTour Private Limited² บริษัทนำเที่ยว ประเทศสิงคโปร์ ได้กล่าวถึงค่าบริการรักษาพยาบาลโดยเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์ไว้สรุปได้ว่า การเดินทางมาบำบัดรักษาสุขภาพในประเทศไทย โดยรวมค่าเดินทาง และค่าเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว ยังมีราคาที่ต่ำกว่าการบำบัดรักษาในประเทศสิงคโปร์ โดยยกตัวอย่างเปรียบเทียบระหว่างค่าบริการในประเทศสิงคโปร์กับประเทศไทย ดังตารางต่อไปนี้

| Average price (SGD)* | Singapore | Thailand |
|--|-----------|----------|
| Lasik (2 eyes) | 5,000 | 2,500 |
| Breasts enlargement | 10,000 | 4,000 |
| Double eyelids | 1,800 | 700 |
| * Surgery prices accurate as of Feb 2004. | | |
| * Prices quoted exclude travel, accommodation and ground transfer. | | |

ตาราง 1 แสดงการเปรียบเทียบราคาค่าบริการทางการแพทย์โดยเฉลี่ยระหว่างประเทศสิงคโปร์กับประเทศไทย

¹ กระทรวงพาณิชย์. 2547.รางวัลแห่งเกียรติยศ Prim 3 Minister's Award 2004. Available URL: http://www.dephtai.go.th/pmaward/Adver_TH.pdf

² MediTour Private Limited. 2547. There are many reasons why you should consider your medical treatments in Thailand. Available URL: http://www.meditour.com.sg/why_thailand.htm

การบริการและมิตรภาพของคนไทยยังทำให้คนไข้มีความสบายใจและความอบอุ่นเหมือนกับอยู่ที่บ้านของตนเองจากเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของคนไทยที่ไม่มีประเทศใดเหมือน

สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามที่ผู้ป่วยและครอบครัวสามารถท่องเที่ยวพักผ่อนได้ตลอดทั้งปีทั้งก่อนและหลังการรักษา ประเทศไทยโดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติอยู่แล้วนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ดังเช่น คำขวัญของ Phuket Health & Travel Company บริษัทนำเที่ยวแห่งหนึ่งในภูเก็ต ซึ่งใช้คำขวัญทางการตลาดว่า “Phuket: Health & Travel Company offers MORE than Sun, Sand, and Sea”² นั้นหลายถึงได้เพิ่มจุดขายของภูเก็ต โดยมีอักษรตัว S เพิ่มขึ้น คือ Surgery การผ่าตัดเสริมความงามนั่นเอง

มีผู้ประกอบการนำเที่ยวที่ทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยตรงหลายแห่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น Phuket Health & Travel Company, Phuket Good Health Travel and Tour และ MediTour Private Limited ในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งทำให้มีความคล่องตัว และสามารถสร้างเครือข่ายการบริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นกว่าที่ทางโรงพยาบาลทำตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเองด้วย

โรงพยาบาลมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในหลายกลุ่ม ทำให้สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย เช่น ในกลุ่มที่มีปัญหาสุขภาพก็สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ ดังเช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นโรคไต ก็สามารถท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงได้เช่นคนปกติ โดยที่แบ่งเวลาส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวมาใช้เครื่องฟอกเลือดเท่านั้น, ในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ก็สามารถรักษาอาการเสื่อมสภาพของร่างกายได้ โดยสามารถพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวได้ ดังเช่น การฉีดสารทดแทนน้ำในข้อ เพื่อรักษาโรคข้อเสื่อม, หรือในกลุ่มต้องการเสริมความงาม ก็สามารถทำให้สวยงามขึ้นได้ด้วยวิธีการทางการแพทย์ เป็นต้น

¹ Phuket Health & Travel Company. 2546. Medical Tourism [Online]. Available URL: <http://www.phuket-health-travel.com> Page 1.

² แหล่งเดิม.

จุดแข็ง

1. จังหวัดภูเก็ตมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน รวมทั้งมีประสบการณ์รักษาผู้ป่วยในรายที่มีความยากและซับซ้อน เช่นการผ่าตัดหัวใจ การแพทย์ไทยในปัจจุบัน ได้แก่งานทำบายพาสโรคหัวใจและหลอดเลือดหัวใจตีบ การทำศัลยกรรมพลาสติก และการผ่าตัดแปลงเพศ
2. โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมีมาตรฐานในระดับนานาชาติ นอกจากนี้โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตที่มีนโยบายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังได้รับมาตรฐานในระดับสากล และของรัฐบาลไทย เช่น มาตรฐานของ International S Organization (ISO 9001 Version 2000) และของกระทรวงสาธารณสุข (HA.) ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้การยอมรับว่าจะได้รับการบริการที่ดีตามมาตรฐาน นอกจากนี้ยังได้รับมาตรฐานต่างๆ แล้ว โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตยังได้รับรางวัลเกียรติยศอื่นๆ อีก เช่น Prime Minister's Award 2004 จากกระทรวงพาณิชย์¹ ในประเภทธุรกิจบริการที่มีชาวต่างประเทศมาใช้บริการมาก เป็นต้น
3. ค่ารักษาพยาบาลสมเหตุสมผล ด้วยอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าของประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังที่ MediTour Private Limited² บริษัทนำเที่ยว ประเทศสิงคโปร์ ได้กล่าวถึงค่าบริการรักษาพยาบาลโดยเปรียบเทียบ ประเทศสิงคโปร์ไว้สรุปได้ว่า การเดินทางมาบำบัดรักษาสุขภาพในประเทศไทย โดยรวมค่าเดินทาง และค่าเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว ยังมีราคาต่ำกว่าการบำบัดรักษาในประเทศสิงคโปร์ โดยยกตัวอย่างเปรียบเทียบระหว่างค่าบริการในประเทศสิงคโปร์กับประเทศไทย ดังตารางต่อไปนี้

| Average price (SGD)* | Singapore | Thailand |
|--|-----------|----------|
| Lasik (2 eyes) | 5,000 | 2,500 |
| Breasts enlargement | 10,000 | 4,000 |
| Double eyelids | 1,800 | 700 |
| * Surgery prices accurate as of Feb 2004. | | |
| * Prices quoted exclude travel, accommodation and ground transfer. | | |

ตาราง 1 แสดงการเปรียบเทียบราคากำบริการทางการแพทย์โดยเฉลี่ยระหว่างประเทศสิงคโปร์กับประเทศไทย

¹ กระทรวงพาณิชย์. 2547. รางวัลแห่งเกียรติยศ Prime Minister's Award 2004 [Online]. Available URL:

http://www.dephtai.go.th/pmaward/Adver_TH.pdf

² MediTour Private Limited. 2547. There are many reasons why you should consider your medical treatments in Thailand [Online]. Available URL: http://www.meditour.com.sg/why_thailand.htm

4. มีการบริการและมิตรภาพของคนไทยยังทำให้คนไข้มีความสบายใจและความอบอุ่นเหมือนกับอยู่ที่บ้านของตนเองจากเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามที่ผู้ป่วยและครอบครัวสามารถท่องเที่ยวพักผ่อนได้ตลอดทั้งปีทั้งก่อนและหลังการรักษา ประเทศไทยโดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติอยู่แล้วนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้ ับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ดังเช่น คำขวัญของ Phuket Health & Travel Company บริษัทนำเที่ยวแห่งหนึ่งในภูเก็ต¹ ซึ่งใช้คำขวัญทางการตลาดว่า “Phuket Health & Travel Company offers MORE than Sun, Sand, and Sea”² นั้นหลายถึงได้เพิ่มจุดขายของภูเก็ต โดยมีอักษรตัว S เพิ่มขึ้น คือ Surgery การผ่าตัดเสริมความงามนั่นเอง
5. มีผู้ประกอบการนำเที่ยวที่ทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยตรงหลายแห่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น Phuket Health & Travel Company, Phuket Good Health Travel and Tour และ MediTour Private Limited ในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งทำให้มีความคล่องตัว และสามารถสร้างเครือข่ายการบริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นกว่าที่ทางโรงพยาบาลทำตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเองด้วย
6. โรงพยาบาลมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในหลายกลุ่ม ทำให้สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย เช่น ในกลุ่มที่มีปัญหาสุขภาพาก็สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ ดังเช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นโรคไต ก็สามารถท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงได้เช่นคนปกติ โดยที่แบ่งเวลาส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวมาใช้เครื่องฟอกเลือดเท่านั้น, ในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ก็สามารถรักษาอาการเสื่อมสภาพของร่างกายได้โดยสามารถพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวได้ ดังเช่น การฉีดสารทดแทนน้ำในข้อ เพื่อรักษาโรคข้อเสื่อม, หรือในกลุ่มที่ต้องการเสริมความงาม ก็สามารถทำให้สวยงามขึ้นได้ด้วยวิธีการทางการแพทย์ เป็นต้น

¹ Phuket Health & Travel Company. 2546. Medical Tourism [Online]. Available URL: <http://www.phuket-health-travel.com> Page 1.

² แหล่งเดิม.

โอกาส

1. ผู้ป่วยชาวต่างชาติที่พบปัญหาหนักด้านสุขภาพ ซึ่งประกันไม่ครอบคลุม หรือค่าใช้จ่ายสูงมาก บริษัทประกันจะติดต่อให้เข้ามารักษาในประเทศไทย เนื่องจากค่าใช้จ่ายถูกกว่ามาก ในขณะที่คุณภาพเท่าเทียม หรืออาจดีกว่าในแง่บริการ
2. การรอคิวในการรักษาเป็นเวลานานในต่างประเทศ ซึ่งบางครั้งนานเป็นปี จึงเป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทยที่จะใช้โอกาสนี้พัฒนาระบบการอ้างอิงคนไข้ เพื่อโอนย้ายคนไข้ชาวต่างชาติเข้ามารับการรักษาในไทย การให้ความร่วมมือในการส่งผู้ป่วยที่รักษาต่อเนื่อง หรือการโอนผู้ป่วยที่รอรักษาเป็นเวลานานไปยังอีกประเทศหนึ่ง
3. กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนาต่างก็มีแนวโน้มเติบโตสูงทั้งคู่ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในโรงพยาบาล ดังเช่น เอ็มพร จีรกาลวิศัลย์ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สิงคโปร์ ได้กล่าวถึงตลาดเป้าหมายของไทยไว้สรุปได้ว่า กลุ่มประเทศพัฒนาแล้วมีรายได้และสวัสดิการหลังเกษียณที่ดี จะเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มการเติบโตในตลาดสุขภาพสูง และเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในตลาดต่างประเทศของโรงพยาบาล ส่วนประเทศในกลุ่มที่มีบริการทางการแพทย์ด้วยกว่า เช่น ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ก็มีแนวโน้มที่เลือกเข้ามาใช้บริการการรักษาของไทยเช่นกัน
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีแนวโน้มขยายตัวสูงในทุกภูมิภาคทั่วโลก เนื่องจากประชาคมโลกต้องการบำบัดรักษาร่างกายและจิตใจให้เบิกบานแจ่มใสแข็งแรง เนื่องจากต้องเผชิญกับความเครียด สภาพแวดล้อมที่เป็นพิษ การปวดเมื่อยจากการทำงานหนัก และความชราภาพ รวมไปถึงปัญหาสารพิษ และโรคภัยไข้เจ็บที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าการรักษา นอกเหนือจากวิธีแพทย์แผนปัจจุบันแล้ว ยังมีวิธีบำบัดรักษาด้วยวิธีอื่นที่มีประสิทธิภาพและมีผลข้างเคียงน้อย และยังสามารถหุนการรักษาด้วยวิธีแพทย์แผนปัจจุบันอีกด้วย
5. การสนับสนุนจากภาครัฐด้านนโยบายเพื่อสนับสนุนโครงการศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย ดังที่ สำนักงานนโยบาย และยุทธศาสตร์ สำนักงานสำนักปลัดกระทรวง

¹ กรุงเทพธุรกิจ. 2547. ททท.ผั่นกแอร์ไลน์จัดทัวร์สุขภาพดึงนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ทำเฉลี่ยค' ต้นผั่นฮับสุขภาพเป็นจริง ซีรฟ.ไทย ราคาถูก มาตราฐานสูง. หน้า 27.

สาธารณสุข¹ ได้กล่าวถึงเรื่องนี้สรุปได้ว่า รัฐบาลได้พยายามผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง การดูแลและบำบัดรักษาสุขภาพของทวีปเอเชีย เช่น การออก Thailand Elite Card² ขึ้นเพื่อ อำนวยความสะดวกในการเดินทางมารักษาความเจ็บป่วยในประเทศไทย ซึ่งในโครงการนี้ โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตร่วมอยู่ด้วย

จุดอ่อน

1. ปัญหาไม่สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาได้อย่างเต็มที่ ดังที่ นายแพทย์พินิจ กุลละวณิช³ ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้สรุปได้ว่า การโฆษณาเกี่ยวกับการ รักษาพยาบาลของรัฐบาลเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาล เพื่อดึงให้ ชาวต่างชาติเดินทางมาบำบัดรักษาสุขภาพในประเทศไทยนั้น ต้องคำนึงถึงข้อบังคับเกี่ยวกับการ โฆษณาของแพทยสภาด้วย ซึ่งต้องให้อยู่ในกรอบที่ถูกต้อง ไม่ผิดกฎหมาย
2. ไม่ได้เป็นเป้าหมายทางธุรกิจของโรงพยาบาลเป็นลำดับแรก โดยเฉพาะ โรงพยาบาลของรัฐที่ต้องบริการประชาชนอย่างเท่าเทียม ดังที่ นายแพทย์วิวัฒน์ ศีตมโนชน³ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลกลาง กับ นายแพทย์เจษฎา จงไพฑูริย์วัฒน์⁴ ผู้อำนวยการโรงพยาบาล วชิระภูเก็ต ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ในทำนองเดียวกันว่า เมื่อรัฐบาลได้ออกโครงการสุขภาพดีถ้วนหน้า 30 บาท รักษาทุกโรค ทำให้ผู้ป่วยมาใช้บริการเพิ่มขึ้น และขณะเดียวกันก็ต้องเฝ้าระวังโรคติดต่อ ด้วย ทำให้ทางโรงพยาบาลของรัฐ ยายางานเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างแข็งซ้ำ
3. การให้บริการทางการแพทย์มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ และต้องมีการ เตรียมตัวเพื่อบำบัดรักษาหลายขั้น ตอน ทำให้ผู้ที่ต้องการใช้บริการบางคนไม่สามารถรับบริการได้ และบางครั้งทำให้ทางโรงพยาบาล เสียโอกาสในการให้บริการ เช่น การผ่าตัดแปลงเพศ จำเป็นต้อง มีการเตรียมด้านจิตใจก่อนการผ่าตัด เป็นต้น

¹ สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. 2547. Medical Hub of Asia ศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย [Online].

Available URL: http://www.moph.go.th/ops/spa/hub_of_asia.htm

² Thailand Privilege Card Co., Ltd. 2547. Medical Treatment [Online]. Available URL:

http://www.thailandelite.com/privileges/member_privilege/medical_treatment_bangkok_phuket.php

³ วิวัฒน์ ศีตมโนชน. 2547. (3 กันยายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลกลาง. สัมภาษณ์.

⁴ เจษฎา จงไพฑูริย์วัฒน์. 2547. (9 กันยายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต. สัมภาษณ์.

อุปสรรค

1. สถานการณ์การเมืองโลก สถานการณ์ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ปัญหาโรคไข้หวัดนก ล้วนมีผลกระทบต่อการค้าสินค้าเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
2. มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น และคู่แข่งมีประสิทธิภาพ เช่น ประเทศอินเดีย มาเลเซีย และ สิงคโปร์ ที่สามารถพัฒนาศักยภาพให้เท่าเทียมกับประเทศไทยได้ ดังที่ นายแพทย์สุรพงษ์ ลูกหนูมารเจ้า¹ กรรมการผู้จัดการ และผู้อำนวยการโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต ได้กล่าวถึงการแข่งขันการบริการด้านการแพทย์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์ไว้สรุปได้ว่า ประเทศไทยมีจุดเด่นในราคาค่าบริการ ซึ่งมีราคาถูกกว่าประเทศสิงคโปร์เป็นเท่าตัว แต่สิงคโปร์ก็สามารถปรับราคาลงมาแข่งขันได้ ทั้งนี้เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้

ดังนั้นจังหวัดภูเก็ต นอกจากจะมีจุดเด่นที่เป็นแหล่งซื้อของ ดำน้ำ จัดประชุมสัมมนาแล้ว จังหวัดภูเก็ตยังมีจุดเด่นในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกด้วย โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตมีโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่ได้รับมาตรฐานในระดับสากลหลายแห่ง มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่น และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่า และสามารถแข่งขันได้ในระดับภูมิภาค ส่วนนักท่องเที่ยวก็มีความคุ้มค่าในการมาเยือนภูเก็ต ทั้งนี้ก็ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาชน เพื่อให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเอเชียได้ในที่สุด.

¹ รัตติยา อังกุลานนท์. 2547. เอกชนภูเก็ตสู่ยุคปรับครั้งใหญ่ โรงพยาบาล-มารีน่าจับตลาดไฮเอนด์. กรุงเทพฯธุรกิจ. หน้า 27.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่อง

การท่องเที่ยวเป็นกิจการเกี่ยวกับการเดินทางจากที่อยู่อาศัยเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ดังที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย¹ ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมิได้ครอบคลุมเพียงเฉพาะการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติ ซึ่งเป็นการเดินทางจากที่พักอาศัยเป็นการชั่วคราวก็นับเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับวรรณา วงษ์วานิช² ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้คล้ายคลึงกันว่า

การท่องเที่ยว เป็นคำที่มีความหมายกว้าง มิได้มีความหมายเพื่อการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศ และเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ด้วยกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่ง นอกจากจะมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์แล้ว การท่องเที่ยวยังเป็นธุรกิจหนึ่งที่ทำรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและประเทศชาติ นอกจากนี้ยังช่วยสร้างอาชีพและสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม ดังที่ อภินันท์ บัวหภักดี³ ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจสำคัญที่ทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจ เพราะได้ช่วยสร้างเสริมความมั่นคงให้กับประเทศชาติ และท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็ว ทั้งสามารถนำรายได้จากการท่องเที่ยวมาเป็นฐานในการพัฒนาธุรกิจด้านอื่นๆ ได้อีกด้วย และสอดคล้องกับที่ เสรี วังสีไพจิตร ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้สรุปได้ว่า การ

¹ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . 2527. ประวัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. หน้า 5.

² วรรณา วงษ์วานิช. 2539. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. หน้า 7.

³ อภินันท์ บัวหภักดี. 2535. "รายงานพิเศษผลงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว." จุลสารการท่องเที่ยว. ปีที่ 1 (สิงหาคม). หน้า 33.

ท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้อย่างกว้างขวางทั้งในระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพ การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชาติ การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาภูมิภาคและท้องถิ่นทั้งทางวัฒนธรรมและเทคโนโลยีต่างๆ และการท่องเที่ยวยังเป็นมาตรการที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว ในส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้นั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย⁴ ได้กล่าวถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตไว้ว่า ในปี พ.ศ.2541 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 2,660,420 คน ในปี พ.ศ.2543 จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มเป็น 3,459,573 คน รายได้ และในปี พ.ศ.2545 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกเป็น 3,990,702 คน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศและท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก ดังที่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต⁵ ได้กล่าวถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตไว้ว่า ในปี พ.ศ.2543 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดภูเก็ตเท่ากับ 45,760 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี 227,664 บาท เป็นลำดับที่ 1 ของภาคใต้

ในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชนได้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ว่าจังหวัดภูเก็ตกำลังประสบปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงได้ผลักดันรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่มีผลกระทบในทางลบกับสภาพแวดล้อมขึ้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกิดเป็นนโยบายและแผนงานของรัฐบาลขึ้น

เป้าหมายในแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9⁶ มีดังนี้

⁴ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546. Domestic Tourism in Phuket 1997 – 2002. หน้า 1.

⁵ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. 2546.เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อบูรณาการตามแผนยุทธศาสตร์ PHUKET as Health Tourism Destination of Asia. หน้า 30.

⁶ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544. รายงานฉบับย่อสำหรับผู้บริหาร โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549). หน้า 1-21.

1. ให้สร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยในฐานะ “Quality Destination” เน้นการท่องเที่ยวด้วยคุณภาพสูง และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. รณรงค์ให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียและแปซิฟิก
3. กำหนดให้ตลาดที่มีผลตอบแทนสูงและตลาดที่ต้องการสินค้าคุณภาพ
4. กำหนดเป้าหมายผู้โดยสารผ่าน (Transit Passengers) ที่จะสามารถชักจูงเข้ามาทัศนศึกษาในประเทศ

รัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายและมาตรการส่งเสริมธุรกิจโรงพยาบาลของไทยในระยะ 3 ปี(พ.ศ.2546-พ.ศ.2548) ว่า เพื่อผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพและการรักษาพยาบาลในเอเชีย กระทรวงพาณิชย์จึงได้กำหนดเป้าหมายร่วมกับภาคเอกชนไว้ว่า ภายในปี พ.ศ.2548 ต้องมีชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการสุขภาพในไทย จำนวน 1 ล้านคน อัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี ประมาณการรายได้ 27,000 ล้านบาท เป็นรายได้จากธุรกิจบริการสุขภาพ 23,000 ล้านบาท และจากค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าที่พักและค่าอาหารของผู้ติดตาม 4,000 ล้านบาท⁷

ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ที่มีชื่อเสียง และก้าวหน้าสู่มาตรฐานสากล เป็นที่นิยมในเอเชียและแปซิฟิก จากสถิติชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในไทย มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ.2545 มีจำนวนประมาณ 630,000 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 จากปี พ.ศ.2544 แยกเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้ กลุ่มชาวต่างประเทศที่ทำงานอยู่ในประเทศใกล้เคียง เช่น อินโดจีน เอเชียใต้ และทำงานอยู่ในประเทศไทยจำนวนประมาณ 380,000 คน กลุ่มชาวต่างประเทศจากประเทศใกล้เคียง เช่น อินโดจีน เอเชียใต้ ตะวันออกกลางที่บินตรงเข้ามารักษาในไทยประมาณร้อยละ 30 หรือประมาณ 189,000 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 10 ของผู้ป่วยชาวต่างประเทศ หรือประมาณ 63,000 คน⁸ ซึ่งสอดคล้องกับหนังสือพิมพ์ The Strait Times⁹ ของประเทศสิงคโปร์ ซึ่งได้รายงานการเติบโตของผู้ป่วยชาวต่างประเทศที่เดินทางมาบำบัดรักษาในประเทศไทยว่า ในปี 2002 มีผู้ป่วยชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นประมาณ 632,000 คน เช่นกัน

⁷ ไทยรัฐ. 2546. (18 มิถุนายน). ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ. หน้า 8.

⁸ แหล่งเดิม.

⁹ The Strait Times. 2004. [Online]. Available URL: <http://straitstimes.asia1.com.sg/sub/search/0,5591,,00.html>

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในไทยมีผู้ประกอบการ 471 ราย แต่มีโรงพยาบาลที่มีความพร้อมให้บริการชาวต่างประเทศ 33 ราย ประเทศไทยมีชาวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์ และบริการด้านส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ไต้หวัน จีน บังกลาเทศ อินเดีย เยอรมันนี ตะวันออกกลาง เป็นต้น เนื่องจากว่า ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนของไทย มีเทคโนโลยีขั้นสูงและวิทยาการทางการแพทย์ที่ก้าวหน้าถึงขั้นการรักษาผ่านดาวเทียมร่วมกับสถาบันที่มีชื่อเสียงระดับโลกทั้งในสหรัฐอเมริกา และยุโรป บุคลากรทางการแพทย์มีประสบการณ์และสามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่มีชื่อเสียง อาทิ โรคหัวใจ โรคไต โรคสมอง และศัลยกรรมตกแต่ง มีการให้บริการที่ดีเลิศ มีประสิทธิภาพในการรักษาที่ดีเยี่ยม โรงพยาบาลในประเทศไทยได้รับการรับรองมาตรฐานโรงพยาบาลสากลแห่งแรกในเอเชียจากสถาบันรับรองคุณภาพโรงพยาบาลสากล และมีราคาถูกกว่า 1 ใน 3 ของประเทศสิงคโปร์ 1 ใน 10 ของประเทศสหรัฐอเมริกา¹⁰

รัฐบาลได้มีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นบริการด้านการแพทย์ เช่น การรักษาพยาบาล การทำฟัน การตรวจสุขภาพ บริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทยและสปา ผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสมุนไพรทั้งในเรื่องยาและเครื่องสำอาง โดยจะเริ่มที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต เป็นพื้นที่นำร่อง โดยจัดทำแผนพัฒนาและตั้งงบประมาณในช่วงปี พ.ศ.2546-พ.ศ.2547 เป็นเงิน 115 ล้านบาท แบ่งเป็นกรุงเทพฯ 68 ล้านบาท ภูเก็ต และเชียงใหม่ จังหวัดละ 23 ล้านบาท¹¹

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เพื่อตรวจสอบและยืนยันความเป็นไปจากนโยบายของรัฐบาลที่จะพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเอเชีย โดยวัดศักยภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตใน 3 ประเด็น คือ (1) ปริมาณผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล, (2) ระดับความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาล และ (3) ระดับความต้องการ และความพึงพอใจในการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาล ผลของการศึกษาจะช่วยให้ทราบถึง ระดับศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจะเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง

¹⁰ โอทีที. 2546.(18 กรกฎาคม). โทรทัศน์ "บันทึกเพื่อสุขภาพ".

¹¹ ไทยรัฐ. 2546. (18 มิถุนายน). ข่าวการศึกษา-ศาสนา-สาธารณสุข. หน้า 15.

ยั่งยืน ตามวัตถุประสงค์ของชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ต่อไป อันเป็นข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนที่จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการกำหนดทิศทางและจุดยืนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต เพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์ทั้งในเชิงพาณิชย์ เชิงนโยบาย และในเชิงสาธารณะต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. เพื่อสำรวจปริมาณผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อให้ทราบระดับความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวัดศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. เพื่อศึกษาระดับความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

1.3 คำถามหลักของการวิจัย

การศึกษาเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีคำถามหลักเพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมีผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอะไรบ้าง และมีปริมาณจำนวนเท่าไร
2. โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานอยู่ในระดับใด
3. นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอะไรบ้าง และมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับใด

1.4 แนวทางการศึกษาวิจัย

การศึกษาเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีแนวทางในการศึกษาศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งการศึกษาศักยภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลมา 3 ส่วน ดังนี้

1. **เจ้าบ้าน** คือ การศึกษาศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 6 แห่ง ในจังหวัดภูเก็ต
2. **ผลิตภัณฑ์** คือ การสำรวจปริมาณของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต
3. **แขกผู้มาเยือน** คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านระดับความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไปและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการจากโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่งในจังหวัดภูเก็ต

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ศักยภาพของโรงพยาบาล หมายถึง ระดับความสามารถในการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต โดยวัดจากปริมาณผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล, (2) ระดับความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาล และ (3) ความต้องการ และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาล

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ ทั้งนี้ต้องไม่ใช่ผู้ป่วยฉุกเฉิน หรือผู้ป่วยเฉียบพลัน โดยมีโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตเป็นผู้ให้บริการ ประกอบด้วย การผ่าตัดแปลงเพศ การล้างสารพิษ การตรวจสุขภาพ การฟอกสีฟันการนวดแผนไทย

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง สินค้าหลัก (Core Service) ของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตที่มีนโยบายด้านการตลาด ที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถนำสินค้าหรือบริการนั้นๆ มาจัดรวมกับรายการท่องเที่ยวอื่นๆ ได้

1.6 สมมุติฐานการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานการวิจัยไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัดภูเก็ต มีผลิตภัณฑ์ให้บริการจำนวนมาก และหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ย่อมแสดงให้เห็นว่าจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยเช่นกัน
2. จังหวัดภูเก็ตมีโรงพยาบาลจำนวนมาก ทั้งภาครัฐและเอกชน และมีโรงพยาบาลที่มีมาตรฐาน ได้รับการรับรองคุณภาพในระดับสากลอยู่จำนวนหลายแห่ง จังหวัดภูเก็ตจึงน่าจะมีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากด้วย
3. นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและมีความพึงพอใจในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมารับบริการเพิ่มมากขึ้น และจังหวัดภูเก็ตน่าจะมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น

การวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการสำรวจข้อมูลจากภาพรวมในแต่ละผลิตภัณฑ์การบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตและมีการกำหนดระยะเวลาตามสัญญาชัดเจน ดังนั้นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาวิจัยนี้เป็นการสำรวจเบื้องต้น จึงจำกัดข้อมูลในภาพกว้างๆเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงมีข้อตกลงเบื้องต้นซึ่งอาจจะหมายถึงข้อจำกัดบางประการที่มีผลต่องานวิจัยครั้งนี้

1. ธรรมชาติของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีลักษณะเป็นฤดูกาล คือ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวมากในช่วงเดือน พฤศจิกายน ถึงเดือนเมษายน ซึ่งตรงกับฤดูหนาวในเขตซีกโลกตอนบน ทำให้นักท่องเที่ยวในทวีปยุโรป เอเชีย อเมริกา แอฟริกา นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากมีอากาศอบอุ่นกว่า และปลอดภัย มีฝนตกน้อย ส่วนในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึงเดือนตุลาคม เป็นช่วงฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้จังหวัดภูเก็ตมีฝนตกชุก คลื่นลมแรง ไม่เหมาะแก่การท่องเที่ยวทางทะเล จึงทำให้ช่วงนี้เป็นช่วงที่มือนักท่องเที่ยวน้อย แต่จะมีนักท่องเที่ยวอีกหลายกลุ่มที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตใน

ช่วงเวลาดังกล่าว เนื่องจากในช่วงนี้มีค่าใช้จ่ายต่ำ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวมักนิยมปรับราคาลงมา ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวมีหลายระดับรายได้ ตั้งแต่รายได้ต่ำจนถึงรายได้สูง ประกอบกับในช่วงเดือนตุลาคม สถาบันการศึกษาอยู่ในระหว่างปิดภาคเรียน กลุ่มนักเรียน นักศึกษาก็นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนี้เช่นกัน โดยเดินทางกันเป็นกลุ่มเพื่อน และเดินทางมาครบครอบครัว

2. ในการรวบรวมข้อมูลภาคสนามสำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในช่วงเดือนกันยายน ถึงเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น ซึ่งไม่ได้รวบรวมข้อมูลอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ผลของงานวิจัยเรื่องนี้จึงเป็นสะท้อนความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มาใช้บริการของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นหลัก

3. ส่วนในการสำรวจปริมาณผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตนั้น เนื่องจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้มีการตื่นตัวกันในระยะเวลายาวนาน และการที่โรงพยาบาลก้าวเข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยวในฐานะผู้ประกอบการก็ยังคงเป็นเรื่องใหม่ และเพิ่งได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายทางการตลาดเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวในเวลาไม่กี่ปีมานี้ ฉะนั้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลจึงอยู่ในระหว่างการพัฒนา มีผลิตภัณฑ์ออกมาใหม่อยู่เสมอในระหว่างการพัฒนาและรวบรวมข้อมูล และโรงพยาบาลส่วนใหญ่อยู่ในขั้นเตรียมความพร้อม ซึ่งอาจจะปรับเปลี่ยนรูปแบบออกไปได้อีก เมื่อได้ออกผลิตภัณฑ์สู่ตลาดพร้อมที่จะให้บริการ ผู้วิจัยจึงคัดเลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลที่ออกสู่ตลาดแล้ว และกำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยว

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผลของการศึกษาเรื่องศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยมีความคาดหวังว่าจะได้รับดังต่อไปนี้

1. ทำให้ทราบถึงปริมาณของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต
2. ทำให้ทราบถึงความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

3. ทำให้ทราบถึงความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต
4. ทำให้สามารถกำหนดกรอบและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตได้ต่อไป

1.9 กระบวนการผลักดันผลงานดังกล่าวออกสู่การใช้ประโยชน์

1. จัดแถลงผลการวิจัย และจัดทำเอกสารทางวิชาการเผยแพร่ผลการวิจัยเรื่องศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวางแผนเพื่อนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนา และสร้างจุดยืนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตต่อไป
2. ผลการวิจัย ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลเพื่อการวิจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตต่อไป
3. ผลการวิจัยเรื่องศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ช่วยในการประสานความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนของจังหวัดภูเก็ตต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเสนอโดยแยกประเด็นดังนี้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดศักยภาพ
2. เอกสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. เอกสารที่เกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ต
4. เอกสารที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
5. เอกสารที่เกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพของโรงพยาบาล

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดศักยภาพ

1.1 ความหมายของคำว่า “ศักยภาพ”

ราชบัณฑิตยสถาน¹ ได้ให้ความหมายของศักยภาพไว้ว่า “ศักยภาพ หมายถึงภาวะแฝง, อำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่างๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้”

วิทย์ เทียงบุรณธรรม² ได้ให้ความหมายของศักยภาพไว้ว่า “ศักยภาพ หมายถึง เป็นไปได้ เป็นได้ กลายเป็นได้ มีความสามารถซ่อนเร้นอยู่ ซ่อนแฝง”

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์¹ ได้ให้ความหมายของศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไว้ว่า “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต รูปแบบของการ

¹ ราชบัณฑิตยสถาน. 2547. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน [Online]. Available URL: <http://rrrs3.royin.go.th/nThdict/lookup.html>

² วิทย์ เทียงบุรณธรรม. 2541. พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย A new English-Thai Dictionary. หน้า 973.

บริการใหม่ๆ ที่ลูกค้าไม่คาดหวังว่าจะได้รับ หรือสร้างความพอใจ แปลงใจ ตื่นเต้น ประทับใจให้แก่ลูกค้าที่เริ่มมาใช้บริการ”

จากการให้ความหมายของนักวิชาการและราชบัณฑิตยสถาน ผู้วิจัยพอจะสรุปความหมายของศักยภาพได้ว่า การพัฒนาความสามารถที่แฝงอยู่ และสามารถพัฒนาให้มีระดับที่สูงขึ้นได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด

1.2 เกณฑ์ในการวัดศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เพ็ญพักตร์ ศรีทอง² ได้ศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และภูมิภาคอินโดจีน ปรากฏว่า การวิเคราะห์และประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีในหลายด้านด้วยกัน สรุปได้ดังนี้

1. ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถใช้เป็นจุดขายและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้
2. ศักยภาพด้านความพร้อมของเมือง เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบที่เป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยใช้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค
3. ศักยภาพด้านความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบการขนส่งมวลชน และระบบการจัดขยะทั้งที่เป็นขยะมูลฝอย ขยะติดเชื้อ สิ่งปฏิกูล และระบบการบำบัดน้ำเสีย
4. ศักยภาพของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง, การท่องเที่ยวในประเทศลาว, กระทรวงการต่างประเทศ เป็นต้น

¹ ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. 2542. การวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว. หน้า 62.

² เพ็ญพักตร์ ศรีทอง. 2547. ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างและภูมิภาคอินโดจีน [Online]. Available URL: <http://www.tu.ac.th/cgi-bin/arts/tourism/>

5. ศักยภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว, ผู้ประกอบการ และบุคลากรในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย¹ ได้แบ่งประเภทของศักยภาพ เพื่อประเมินศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการลงทุนในอนาคตของแต่ละจังหวัดไว้ สรุปได้ดังนี้

1. ชัดความจำกัดในการพัฒนาของแต่ละจังหวัดที่มีผลต่อการท่องเที่ยว
2. ศักยภาพของทำเลที่ตั้งอันเหมาะสม การคมนาคมขนส่งที่สะดวก
3. ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต
4. สภาพการแข่งขันในแต่ละพื้นที่
5. ความร่วมมือที่จะนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติได้

ชยันต์ ต้นติวีรสดาการ, วัชรียา โตสงวน และเพลินพิศ สัตย์สงวน² ได้ศึกษาศักยภาพการแข่งขันการค้าบริการของไทย ปรากฏว่า การวัดศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ได้ใช้วิธีการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) โดยการเปรียบเทียบด้วยค่าดัชนีอ้างอิง สรุปได้ดังนี้

1. ศักยภาพที่วัดจากจำนวนนักท่องเที่ยว โดยแยกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว เช่น บริการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน, บริการท่องเที่ยวเพื่อติดต่อกิจ และบริการท่องเที่ยวเพื่อการสัมมนา
2. ศักยภาพที่วัดจากรายจ่ายของนักท่องเที่ยว เช่น โดยแยกตามผลิตภัณฑ์บริการ เช่น ด้านที่พัก, ด้านอาหารและเครื่องดื่ม, ด้านการจับจ่ายซื้อของ ด้านการเยี่ยมชมสถานที่และค่ายานพาหนะ และด้านสินค้านากา

¹ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2540. เอกสารประกอบการสัมมนา โครงการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพแผนการลงทุนของจังหวัดทั่วประเทศด้านการท่องเที่ยว. หน้า 23.

² ชยันต์ ต้นติวีรสดาการ, วัชรียา โตสงวน และเพลินพิศ สัตย์สงวน. 2547. รายงานวิจัยเรื่องโครงการศึกษาศักยภาพการแข่งขันการค้าบริการของไทย เล่มที่ 2 [Online]. Available URL: <http://www.tu.ac.th/cgi-bin/arts/tourism/>.

ชมรมนักบริหารข้าราชการพลเรือน¹ ได้กล่าวถึงศักยภาพขององค์กรไว้ใน ยุทธศาสตร์เชิงรุกของงานสาธารณสุขแนวใหม่ สรุปได้ว่า ศักยภาพขององค์กร หน่วยงาน หรือ สถานบริการ สามารถวัดได้จากการแสดงออกถึงคุณภาพว่ามีอยู่มากน้อยเพียงใด ทั้งคุณภาพที่เกี่ยวกับโครงสร้าง และปัจจัยสำคัญของการผลิตบริการ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์² ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของศักยภาพไว้ ซึ่งจำแนกเพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพ หรือการวิเคราะห์ SWOT ได้ 4 ประการ สรุปได้ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths) เพื่อจะได้ใช้จุดแข็งให้เป็นประโยชน์
2. จุดอ่อน (Weaknesses) เพื่อจะได้หาวิธีการแก้ปัญหา และสามารถเปลี่ยนจุดอ่อนเป็นจุดแข็งได้
3. โอกาส (Opportunities) เพื่อจะได้ฉกฉวยโอกาสไว้
4. ข้อจำกัด (Threats) เพื่อจะได้หลีกเลี่ยงข้อจำกัด

จากนักวิชาการที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าเกณฑ์ในการวัดศักยภาพนั้น มีความหลากหลาย เช่น ศักยภาพที่วัดจากปัจจัยในการสร้างจุดขายเพื่อดึงดูด, ศักยภาพที่วัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ หรือศักยภาพที่วัดจากความพร้อมของสถานประกอบการท่องเที่ยว เป็นต้น ในส่วนของการวัดศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ที่วัดจาก (1) ความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาล ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการรับบริการ (2) ความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และ (3) วัดจากปริมาณของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล อันแสดงถึงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แล้วนำองค์ประกอบดังกล่าวมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ในศักยภาพโดยรวมของจังหวัดภูเก็ต

¹ ชมรมนักบริหารข้าราชการพลเรือน. 2547. ยุทธศาสตร์เชิงรุกของงานสาธารณสุขแนวใหม่ [Online]. Available URI <http://www.anamai.moph.go.th/advisor/tamra/strategy1.html>

² ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. หน้า 126.

2. เอกสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

หน่วยงานและนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ พอประมวลได้ดังนี้

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย¹ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า

การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษา ฟันฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่นๆ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไป การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) จึงเป็นการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สมดุล และภายหลังการท่องเที่ยวก็สามารถนำกลับไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

สมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ และคณะ² ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อให้ชีวิตยืนยาวหรือสดใสยิ่งขึ้น ด้วยสปา ฟิตเนส หรือวิธีบำบัดรักษาสุขภาพแบบอื่น

นิรันดร ทัทไชย³ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ได้รับค่านิยมในช่วงศตวรรษที่ 16 และ

¹ กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism). หน้า ก.

² สมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์. 2545. โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวกอล์ฟและสุขภาพในประเทศไทย: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา. หน้า 7.

³ นิรันดร ทัทไชย. ม.ป.ป. เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8. หน้า 78.

ศตวรรษที่ 17 ในระยะแรกการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ น้ำแร่ ป่อน้ำร้อน การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อหลบหนีอากาศที่หนาวเย็นในช่วงฤดูหนาวมายังพื้นที่ที่อบอุ่นกว่า อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในระยะปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงลักษณะการท่องเที่ยวมาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำบัดโรครักษาไข้เจ็บหรือเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ”

จากการนิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของหน่วยงานและนักวิชาการดังกล่าว ผู้วิจัยพอจะสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การผ่าตัดแปลงเพศ, การล้างสารพิษ, การตรวจสุขภาพ, การฟอกสีฟัน, การนวดแผนไทย, การประคบสมุนไพร เป็นต้น

2.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

หน่วยงานและนักวิชาการหลายคนได้กล่าวถึงประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ พอจะประมวลได้ดังนี้

สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย¹ ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำแนกตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของรายการกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท สรุปได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวม หรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธีตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การบริการสวนคนบำบัด (Aroma Therapy) และวาริบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกาย

¹ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ.). 2546. รายงานขั้นสุดท้าย (Final Report) (ฉบับสมบูรณ์) โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวม. หน้า 12-13.

บริหารท่าอากาศยาน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และอื่นๆ

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟัน และรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่นๆ เป็นต้น

สมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ และคณะ¹ ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดย แบ่งตามคุณประโยชน์หลักที่ลูกค้าต้องการ สรุปได้ดังนี้

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

วรารุธ ศิลปอาชา² ผู้ช่วยรัฐมนตรีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กล่าวถึงประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการรับบริการได้ 2 ประการ สรุปได้ดังนี้

1. การบริการเพื่อการป้องกัน เช่น บริการสปา

¹ สมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ และคณะ. 2545. โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวกอล์ฟและสุขภาพในประเทศไทย: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา. หน้า 56-61.

² โฟสต์ทูเดย์. 2546. (24 มิถุนายน). บันไทยศูนย์กลางสุขภาพ ตั้งเป้าดึงรายได้แสนล้าน. หน้า 2.

2. การบริการเพื่อการแก้ไข เช่น บริการการรักษาพยาบาล

จากการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยพอจะสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมี 2 ประเภท ดังนี้ (1) บริการสุขภาพด้านการแพทย์ เช่น บริการรักษาพยาบาล, บริการทันตกรรม และบริการตรวจสุขภาพ (2) บริการส่งเสริมสุขภาพ เช่น บริการนวดแผนไทย สปา เป็นต้น

2.3 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

หน่วยงานและนักวิชาการได้กล่าวถึงลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้หลายลักษณะ พอจะประมวลได้ดังนี้

กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย¹ ได้กล่าวถึงส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า

นิยมจัดเดินทางไปพักแรมต่างจังหวัดในโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ โดยจัดแบ่งเวลาเป็นช่วงๆ ให้มีกิจกรรมที่ส่งผลสอดคล้องต่อการพัฒนาคุณภาพร่างกายและจิตใจ โดยจัดแบ่งเวลาเป็นช่วงๆ ให้มีกิจกรรมที่ส่งผลสอดคล้องต่อการพัฒนาคุณภาพร่างกายและจิตใจ เช่น แบ่งเวลาเดินเที่ยวชมธรรมชาติ, ตรวจสุขภาพ, เรียนรู้วิธีการบริหารร่างกายตามแนวปรัชญาและภูมิปัญญาตะวันออก (โยคะ ไท้จี้ชี่กง นวดแผนโบราณ), ล้างของเสีย คือ การล้างพิษจากร่างกายด้วยวิธีต่างๆ เช่น โดยการสวนทวาร, นำบำบัดด้วยน้ำร้อนน้ำเย็น, นวดประคบสมุนไพรเพื่อให้โลหิตในร่างกายหมุนเวียนดีขึ้น, บริการอาหารและเครื่องดื่มที่อร่อยง่ายตามแบบโภชนาการ ที่เรียกกันว่า ชิวจิต, เรียนรู้วิธีการทำสมาธิ เพื่อให้จิตใจสงบเยือกเย็น ตัวอย่างเช่น รายการที่ศูนย์สุขภาพโรงพยาบาลมิชชั่น เป็นต้น

สุรพงษ์ ลูกหนูมารเจ้า และปิยะนุช หงษ์หยก² ได้กล่าวถึงลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ โดยจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท สรุปได้ดังนี้

¹ กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism). หน้า ก.

² กรุงเทพธุรกิจ. 2546. (14 สิงหาคม). สร. นวนทำศูนย์กลางสุขภาพเอเชีย. หน้า 30-31.

1. นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีปัญหาด้านสุขภาพหรือมีโรคประจำตัวต้องตรวจเช็คสมน้ำเสมอ,
2. นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ต้องการตรวจเช็คสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพ โดยสามารถเดินทางมาพักผ่อนพร้อมกับรับบริการด้านสุขภาพไปในเวลาเดียวกันด้วย และ
3. นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ต้องการบริการเพื่อความสวยงาม โดยสามารถพักผ่อนไปพร้อมกันได้ และเดินทางกลับประเทศตนเองพร้อมกับความงาม

จากการอธิบายลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยหน่วยงานและนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยพอจะสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพลักษณะเป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาและสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งทางด้านร่างกาย และทางจิตใจ โดยการจัดกิจกรรมพักผ่อนท่องเที่ยว และกิจกรรมเพื่อสุขภาพตามความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวที่มีโรคประจำตัว เช่น ผู้ป่วยโรคไต ซึ่งโดยปกติไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นที่ไม่มีเครื่องฟอกเลือดได้ แต่ด้วยเทคโนโลยีทางการแพทย์ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สามารถแบ่งเวลาส่วนหนึ่งมาฟอกเลือด ทำให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เช่นนักท่องเที่ยวปกติทั่วไปได้ หรือในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเสริมความงาม ก็สามารถเสริมความงามไปพร้อมกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเดินทางกลับภูมิลำเนาพร้อมกับความงาม เป็นต้น

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดภูเก็ต

3.1 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของรัฐบาล

หน่วยงานรัฐบาล นักการเมือง และนักปกครองหลายท่านได้กล่าวถึงนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดภูเก็ตไว้ พอประมวลได้ดังนี้

พงศ์โพยม วาศภูติ¹ ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต ได้กล่าวถึงแผนปฏิบัติการให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองนานาชาติ สรุปได้ว่า คณะรัฐมนตรีมีมติที่จะปรับแผนปฏิบัติการเมืองภูเก็ตให้เป็นเมืองนานาชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงความเปราะบางทางเศรษฐกิจที่เน้นไปที่การท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มากเกินไป ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบได้ง่าย ดังนั้นจึงควรมองสู่ทาง

¹ สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2546. รายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการปรับแผนปฏิบัติการภูเก็ตเมืองนานาชาติ. หน้า 3.

พัฒนาจังหวัดให้กระจายความเสี่ยงที่เหมาะสมกับจังหวัด และการพัฒนาให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองแห่งสุขภาพอนามัย และการรักษาที่มีมาตรฐานสูงระดับสากลก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทางจังหวัดภูเก็ตให้ความสำคัญ นอกจากการพัฒนาเป็นเมืองมหาวิทยาลัยนานาชาติ และศูนย์การค้าการเดินทางทะเลแบบมารีน่า

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต¹ ได้กล่าวถึงทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ไว้ว่า ภูเก็ตเป็น 1 ใน 8 เมืองหลักของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเป้าหมายของภูเก็ตจะได้รับการพัฒนาไปสู่เมืองนานาชาติ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งอันดามัน จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การสนับสนุนและส่งเสริมให้ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในระดับนานาชาติขึ้นเป็นยุทธศาสตร์สำคัญ โดยมีมาตรการ คือ

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

สุจารัตน์ เกษราพันธ์ และ Mr.Chua Jui Meng² รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขของประเทศไทย และรัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขของประเทศมาเลเซีย ตามลำดับ ได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เกี่ยวกับความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย สรุปได้ว่า ประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียร่วมมือกันทางด้าน

¹ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. 2547. เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อบูรณาการตามแผนยุทธศาสตร์ PHUKET as Health Tourism Destination of Asia. หน้า 3.

² Aphaluck Bhatiasevi. 2003. (15 June). Cautious reaction to Malaysia's proposal Joint package 'needs careful planning'. Bangkok Post. [Online] Available URL: <http://archives.mybangkokpost.com/>

การตลาดการท่องเที่ยว โดยออก Package Tour ร่วมกัน และจะร่วมกันผลักดันโครงการ “Phuket into a Medical Hub of Asia” อีกด้วย

ณรงค์ศักดิ์ อังคะสุวพลา¹ อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้กล่าวถึงแผนยุทธศาสตร์สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชียปี 2546–2554 สรุปได้ว่าประเทศไทยได้รับการยอมรับในเรื่องของการบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากพีชสมุนไพโรไทย ทำให้ตลาดการบริการสุขภาพได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง โดยกระทรวงสาธารณสุขมีนโยบายที่จะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย
2. เพื่อขยายตลาดบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพของไทยไปสู่ชาวต่างชาติอย่างแพร่หลาย
3. เพื่อเพิ่มรายได้ของบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากชาวต่างชาตินำรายได้เข้าประเทศ
4. เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพในตลาดต่างประเทศให้มากขึ้นและต่อเนื่อง

นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดให้จังหวัดภูเก็ตเป็นพื้นที่เป้าหมายหลักตามนโยบายนี้ และจะต้องใช้งบประมาณทั้งสิ้นประมาณ 400 ล้านบาท เพื่อผลักดันให้เกิดการดำเนินการให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ที่วางไว้

สุธารัตน์ เกษุราพันธ์² รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุข ได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เกี่ยวกับนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประเทศไทย สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประเทศไทยจะมุ่งเน้นบริการด้านการแพทย์ เช่น การรักษาพยาบาล การทำฟัน การตรวจสุขภาพ บริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ

¹ โลกวันนี้. 2546. (28 พฤษภาคม). ภูเก็ตศูนย์กลางสุขภาพเอเชีย รัฐ-เอกชนประสานงบ 400 ล้าน. หน้า 14.

² กรุงเทพธุรกิจ. 2546. (14 มิถุนายน). สธ. มุ่งเข้าสู่ศูนย์กลางสุขภาพเอเชีย. หน้า 30–31.

เช่น การนวดแผนไทยและสปา ผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสมุนไพรทั้งในเรื่องยาและเครื่องสำอาง โดยให้กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต เป็นพื้นที่นำร่อง โดยจัดทำแผนพัฒนาและตั้งงบประมาณในช่วงปี พ.ศ.2546-พ.ศ.2547 เป็นเงิน 115 ล้านบาท แบ่งเป็นกรุงเทพฯ 68 ล้านบาท ภูเก็ต และเชียงใหม่ จังหวัดละ 23 ล้านบาท

ในส่วนของ การประชาสัมพันธ์เพื่อทำการตลาดสู่ตลาดโลก จะใช้โครงการบัตรสิทธิพิเศษไทยแลนด์เมมเบอร์การ์ด เป็นเครื่องมือในการตลาดครั้งนี้ด้วย และบัตรสมาชิกนี้มีราคาบัตรละ 1 ล้านบาท ซึ่งจะทำให้การตลาดสำหรับชาวต่างชาติที่มีกำลังการซื้อสูง

เกริกไกร จิระแพทย์¹ ผู้ช่วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์เกี่ยวกับความร่วมมือในภาครัฐเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย สรุปได้ว่า กระทรวงสาธารณสุขจะรับผิดชอบเรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กระทรวงพาณิชย์กับกระทรวงการต่างประเทศจะร่วมมือกันหาช่องทางการตลาด โดยกระทรวงการต่างประเทศจะออกวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวในกลุ่มส่งเสริมสุขภาพเป็นสิทธิพิเศษ ซึ่งมีอายุมากกว่าการออกวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวปกติ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะออกบัตรสมาชิกแห่งชาติ (Member Card Thailand) ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้มาใช้บริการสุขภาพในรูปแบบของ Health Care Packages

จากเอกสารของราชการ และจากการสัมภาษณ์นักการเมือง นักการปกครอง หลายท่าน เกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยพอจะสรุปได้ว่า รัฐบาลไทยมีนโยบายส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ต เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชีย ทั้งบริการทางการแพทย์ และบริการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งจะเป็นจุดขายใหม่ของจังหวัดภูเก็ต โดยให้ภาครัฐ และภาคเอกชนประสานความร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีมาตรฐานสูง เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกันได้

¹ โพสทูเดย์. 2546. (24 มิถุนายน). บันไทยศูนย์กลางสุขภาพ ดังเป้าดังรายได้แสนล้าน. หน้า 2.

3.2 โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

สำนักงานจังหวัดภูเก็ต ได้กล่าวถึงโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตไว้ พอดีสรุปได้ ดังนี้

1. โรงพยาบาลเอกชน จำนวน 3 โรง ดังนี้ โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต, โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต และโรงพยาบาลศิริโรจน์
2. โรงพยาบาลของรัฐ จำนวน 3 โรง ดังนี้ โรงพยาบาลป่าตอง, โรงพยาบาลถลาง และโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต

¹ สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. 2547 (21 มีนาคม). ข้อมูลสำคัญจังหวัดภูเก็ต [Online]. Available URL: http://www.phuket.go.th/data/index_T.htm

4. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวัดความพึงพอใจของลูกค้า

4.1 ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจของลูกค้า

หน่วยงานและนักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจของลูกค้าไว้พอจะประมวลได้ดังนี้

องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน¹ ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้าไว้ สรุปได้ว่า ระดับการรับรู้ของลูกค้าที่ซึ่งความคาดหวังของลูกค้าได้รับการตอบสนอง

สมวงศ์ พงศ์สถาพร² ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้าไว้ว่า "การประเมินสินค้าหรือบริการนั้นๆ ว่าได้ตอบสนองความต้องการของตนได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าได้ตามที่ตั้งความหวังไว้ ลูกค้าจะมีความพึงพอใจ"

จากองค์กรและนักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายของคำว่า "ความพึงพอใจ" ผู้วิจัยพอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงการประเมินการใช้บริการของโรงพยาบาลว่าได้ตอบสนองความต้องการของตนได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าได้ตามที่คาดหวังเอาไว้ก็ถือว่ามีความพึงพอใจ

4.2 องค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้า

Parasuraman, Zeithaml และ Berry³ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้า มีอยู่ด้วยกัน 5 มุมมอง คือ

1. Service Quality หมายถึงคุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้วยความน่าเชื่อถือ, การตอบสนอง, ความแน่นอน, การเอาใจใส่, และรูปลักษณ์/สิ่งอำนวยความสะดวก
2. Product Quality หมายถึงคุณภาพของสินค้า

¹ วารินทร์ สิ้นสูงสุด กับ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด.2546. การวัดความพึงพอใจของลูกค้า. หน้า 29.

² สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2546. Service Marketing. หน้า 59.

³ แหล่งเดิม. หน้า 58.

3. Price หมายถึงราคาค่าบริการ
4. Situation Factors หมายถึงปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก
5. Personal Factors หมายถึงปัจจัยทางด้านส่วนบุคคล

วารินทร์ สิ้นสูงสุด กับ **วันทิพย์ สิ้นสูงสุด**¹ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้า สรุปได้ดังนี้

1. ตอบสนองได้ตรงหรือเกินความคาดหวัง คือ เข้าใจความคาดหวังของลูกค้า แล้วตอบสนองให้ตรงหรือเกินความคาดหวัง
2. คุณภาพของปฏิสัมพันธ์ คือ การรับรู้ในปฏิสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีต่อโรงพยาบาลเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างดีทำให้ลูกค้าประทับใจอย่างยิ่ง
3. การแก้ไขปัญหา คือ การสำรวจปัญหาของลูกค้าในเชิงลึกลูกค้ามีโอกาสที่จะอธิบายปัญหาได้อย่างละเอียด เมื่อทราบถึงปัญหาของลูกค้าแล้ว ก็ต้องหาทางแก้ปัญหานั้นอย่างจริงจัง

จากนักวิชาการได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้าไว้หลายประการ ผู้วิจัยพอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า มีองค์ประกอบอยู่ 5 ประการ คือ คุณภาพในการให้บริการ, คุณภาพของสินค้า, ราคา, ปัจจัยภายนอก และปัจจัยส่วนบุคคล

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของลูกค้า

วารินทร์ สิ้นสูงสุด กับ **วันทิพย์ สิ้นสูงสุด**² ได้กล่าวถึงการสร้างความคาดหวังของลูกค้าต่อการประเมินคุณภาพบริการไว้ โดยให้ข้อสรุปว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญที่สุด โดยมีปัจจัยที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

1. บทบาทของสื่อมวลชน

¹ วารินทร์ สิ้นสูงสุด กับ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด.2546. การวัดความพึงพอใจของลูกค้า. หน้า 72-73.

² หนังสือพิมพ์. หน้า 62.

2. การสื่อสารปากต่อปาก
3. ประสบการณ์ของลูกค้า
4. ความมีชื่อเสียง และภาพลักษณ์

ส่วน Leonard L. Berry¹ ได้กล่าวถึงการสร้างความคาดหวังของลูกค้าต่อการประเมินคุณภาพบริการไว้อย่างคล้ายคลึงกัน สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของลูกค้า มีอยู่ 4 ปัจจัย ดังนี้

1. Word of Mouth Communications เป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังในคุณภาพบริการ เพราะบริการเป็นที่จับต้องยาก ทำให้มีความเสี่ยงเนื่องจากไม่สามารถทดลองบริการก่อนได้ ลูกค้าจึงต้องหาข้อมูลด้วยการสอบถามเอาจากเพื่อนหรือญาติที่เคยใช้บริการนั้นๆ มาก่อน
2. Personal Needs and Preferences เป็นความต้องการที่เป็นรสนิยมส่วนตัว อันเนื่องมาจากพื้นฐานทางด้านสังคม การศึกษา ครอบครัวยุค ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นต้น
3. Past Experience เป็นประสบการณ์ในอดีตที่สะสมมา หากลูกค้าไม่เคยรู้สึกพิเศษในบริการมาก่อน ลูกค้าจะรู้สึกพอใจเป็นพิเศษ เหนือความคาดหมาย
4. External Communication ได้แก่ การลงโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ เป็นการให้ข้อมูลกับลูกค้าล่วงหน้า เพื่อให้ลูกค้าสะสมข้อมูลในการสร้างความคาดหวังก่อนตัดสินใจมาใช้บริการสินค้าของหน่วยงานนั้นๆ

จากนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของลูกค้าไว้ในทำนองเดียวกัน ผู้วิจัยจึงพอสรุปได้ว่า อิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของลูกค้าประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ คือ (1) บทบาทของสื่อมวลชน (2) การสื่อสารปากต่อปาก (3) ประสบการณ์ของลูกค้า และ (4) ภาพพจน์ของโรงพยาบาล

¹ Leonard L. Berry. 2004. Marketing Services: Competing Through Quality. Page 60.

5. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานของโรงพยาบาล

คุณภาพบริการ (Service Quality) นี้เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องยาก ไม่สามารถตุนงานไว้บริการล่วงหน้าได้ ต้องทำในขณะที่ลูกค้ามารับบริการ หรือลูกค้าต้องรอเข้าคิว สิ่งสำคัญคือ งานบริการเป็นการผลิตที่ผสมระหว่างเครื่องมือทางเทคนิค บวกกับทักษะของพนักงานบริการ พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าต่องานบริการ ผลสัมฤทธิ์การบริการ หรือสินค้าบริการนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาข้อมูล ทำความเข้าใจในความต้องการ (Needs) ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ตลอดจนความคาดหวัง (Expectations) ของคุณภาพที่จะได้รับ

ถึงแม้ว่าคุณภาพบริการจะเป็นสิ่งที่ยุ่งยากในการควบคุม เนื่องจากเกี่ยวข้องกับพนักงานบริการ แต่ก็สามารถใช้เกณฑ์วัดมาตรฐานในการตรวจสอบมาตรฐานของโรงพยาบาลได้ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ขององค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน กับสถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 มาตรฐาน ISO 9001: 2000

มาตรฐาน ISO 9001:2000 เป็นมาตรฐานที่เน้นในเรื่องระบบคุณภาพองค์กรเป็นสำคัญ ออกโดยองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization - ISO) ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่ว่าด้วยมาตรฐาน อันเกิดจากการรวมตัวขององค์กรอุตสาหกรรมนานาชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือ และกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

5.1.1 แนวคิดสำคัญของมาตรฐาน ISO 9001: 2000

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม¹ ได้จัดแบ่งแนวคิดของมาตรฐาน ISO 9001: 2000 ออกเป็น 8 ประการ ดังนี้

1. การให้ความสำคัญกับลูกค้า องค์กรต้องพึงพาลูกค้า ดังนั้น องค์กรจึงต้องทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และต้อง

¹ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. 2547. สำระสำคัญของอนุกรมมาตรฐาน ISO 9002: 2000 [Online].

พยายามดำเนินการ ให้บรรลุความต้องการของลูกค้า รวมทั้งพยายามทำให้เห็นความคาดหวังของลูกค้า

2. ความเป็นผู้นำ ผู้นำขององค์กรควรมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์กรอย่างชัดเจน และควรสร้างบรรยากาศของการทำงาน ที่จะเอื้ออำนวยให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร
3. การมีส่วนร่วมของบุคลากร บุคลากรทุกระดับคือหัวใจขององค์กร การที่บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในองค์กร จะทำให้ทุกคนได้ใช้ความสามารถ ให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมมากที่สุด
4. การบริหารเชิงกระบวนการ การบริหารกิจกรรมและทรัพยากรเชิงกระบวนการ จะทำให้ได้ผลลัพธ์อย่างมีประสิทธิภาพ
5. การบริหารที่เป็นระบบ การที่ได้ระบุ ทำความเข้าใจ และจัดการกระบวนการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ จะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6. การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องการปรับปรุงสมรรถนะโดยรวมขององค์กร ควรถือเป็นเป้าหมายถาวรขององค์กร
7. การตัดสินใจบนพื้นฐานของความเป็นจริง การตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ มีพื้นฐานจากการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในองค์กร
8. ความสัมพันธ์กับผู้ชายเพื่อประโยชน์ร่วมกัน องค์กรและผู้ชาย/ผู้ให้บริการ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน การที่องค์กรมีความสัมพันธ์กับผู้ชาย เพื่อประโยชน์ร่วมกัน จะช่วยเพิ่มความสามารถ ในการสร้างคุณค่าร่วมกันของทั้งสองฝ่าย

5.1.2 เนื้อหาของมาตรฐาน ISO 9001: 2000

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม¹ ได้จัดแบ่งเนื้อหาของมาตรฐาน ISO 9001: 2000 ออกเป็น 5 หมวด เพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารงานขององค์กร มีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบการบริหารงานคุณภาพ (Quality Management Systems) กลุ่มข้อกำหนดนี้ เป็นการให้รายละเอียดทั่วไป ในการจัดทำระบบการบริหารงาน

¹ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. 2547 สารสำคัญของอนุกรมมาตรฐาน ISO 9002: 2000 [Online].

คุณภาพ ซึ่งจะต้องจัดระบบให้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อนำไปปฏิบัติรักษาไว้ และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดกระบวนการที่จำเป็น ความสัมพันธ์ของกระบวนการ และกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่จะใช้ให้เกิดประสิทธิผล ตลอดจนต้องมีทรัพยากร และข้อมูลพอเพียงในการที่จะทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ โดยข้อกำหนดด้านเอกสารที่องค์กรจะต้องจัดทำให้มีขึ้นได้แก่ นโยบายคุณภาพ และวัตถุประสงค์ด้านคุณภาพ คู่มือคุณภาพ ขั้นตอนการปฏิบัติงานตามที่ระบุไว้ เอกสารอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับองค์กร และบันทึกคุณภาพ

2. ความรับผิดชอบด้านการบริหาร (Management responsibility) ผู้บริหารระดับสูงมีหน้าที่ในการจัดการบริหารงานระบบการบริหารงานคุณภาพ โดยการกำหนดกลยุทธ์การบริหารงานในองค์กร ผู้บริหารระดับสูงจะต้องรู้ถึง ความต้องการของลูกค้า และทำให้เกิดความพึงพอใจ โดยการกำหนดนโยบายคุณภาพ/วัตถุประสงค์ด้านคุณภาพ และการจัดระบบการบริหารงานคุณภาพ กำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ และแต่งตั้งตัวแทนฝ่ายบริหาร (Quality Management Representative-QMR) ตลอดจนมีการสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร เพื่อให้บุคลากรในองค์กร รับรู้ข้อมูลข่าวสารในองค์กร และมีการทบทวนการบริหารงาน เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมเพียงพอ ของระบบ เพื่อหาทางปรับปรุงระบบขององค์กรต่อไป

3. การบริหารด้านทรัพยากร (Resource Management) ซึ่งรวมถึงทรัพยากรบุคคลและโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค องค์กรต้องกำหนด และจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นขึ้นในระบบ โดยการกำหนดความสามารถของบุคลากร ทำการฝึกอบรม และสร้างจิตสำนึกของบุคลากรให้เกิดขึ้น ตลอดจนกำหนด จัดหา และบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น อาคาร สถานที่ สาธารณูปโภค ฯลฯ และกำหนดดูแลสภาพแวดล้อม ในการทำงานให้เหมาะสม เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/การบริการตามที่กำหนด

4. การผลิต และ/หรือการบริการ (Product Realization) องค์กรจะต้องกำหนดกระบวนการผลิต/บริการที่ให้ โดยคำนึงถึงเป้าหมาย/ข้อกำหนดด้านคุณภาพ ที่จะให้แก่ลูกค้า/ผู้รับบริการ มีการดำเนินการและควบคุมกระบวนการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์/การบริการ ที่เป็นไปตามความต้องการ ของลูกค้า/ผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ

5. การวัด วิเคราะห์ และการปรับปรุง (Measurement, analysis and improvement) เป็นการเฝ้าติดตามและตรวจวัดกระบวนการ และผลิตภัณฑ์/บริการ ว่าสามารถดำเนินการได้ตามความต้องการของลูกค้า/ผู้รับบริการได้หรือไม่ โดยผ่านกระบวนการบริหารระบบบริหารงานคุณภาพ ด้วยการตรวจประเมินภายใน และมีการวิเคราะห์

ข้อมูล เพื่อแสดงถึงความเหมาะสม และประสิทธิผลของระบบ และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การป้องกันแก้ไขเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการที่ต้องการ

5.1.3 ขั้นตอนในการประเมินคุณภาพด้วยมาตรฐาน ISO 9001: 2000

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม¹ ได้กล่าวถึงขั้นตอนของการจัดทำระบบคุณภาพไว้ว่ามี 4 ขั้นตอนคือ การทบทวนสถานภาพกิจการ ปัจจุบัน, การจัดทำแผนการดำเนินงานและระบบเอกสาร, การนำเอกสารระบบบริหารงานคุณภาพไปปฏิบัติ และการตรวจสอบระบบบริหารงานคุณภาพ ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีผู้วิจัยพอจะสรุปได้ดังนี้

1. การทบทวนสถานภาพกิจการปัจจุบัน ก่อนอื่นจะต้องมีการศึกษานุกรมมาตรฐาน ISO 9000 ก่อน ผู้บริหารระดับสูงกำหนดนโยบายคุณภาพและจัดตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษาเปรียบเทียบสถานภาพปัจจุบันกับข้อกำหนดว่ามีสิ่งใดหรือข้อกำหนดที่ไม่สอดคล้องกัน ซึ่งจะต้องเพิ่มเติมหรือไม่ ประการใด

2. การจัดทำแผนการดำเนินงานและระบบเอกสาร คณะทำงานต้องจัดทำแผนการดำเนินงานจัดทำระบบเอกสาร ซึ่งประกอบด้วยคู่มือในการทำงาน ในขั้นตอนต่าง ๆ รวมทั้งคู่มือคุณภาพ จุดสำคัญของการจัดทำเอกสารคือ เขียนตามที่ทำและทำตามที่เขียน แล้วฝึกอบรมทำความเข้าใจกับพนักงาน เจ้าหน้าที่ทุกระดับที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจตรงกัน อาจต้องทบทวนปรับปรุงแก้ไขเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อให้กะทัดรัดชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปปฏิบัติได้

3. การนำเอกสารระบบบริหารงานคุณภาพไปปฏิบัติ คือ การนำเอกสารตามขั้นตอนที่ 2 ไปปฏิบัติ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากเพราะเป็นการทดสอบว่าเอกสารที่เราจัดทำขึ้นใช้ได้หรือไม่เพียงไร ในกรณีที่เอกสารยังไม่สมบูรณ์หรือนำไปปฏิบัติไม่ได้ก็ต้องปรับปรุงแก้ไข และหากพิจารณาแล้วเห็นว่าการปฏิบัติยังไม่ดีพอก็ยังคงทำความเข้าใจกับพนักงานซึ่งอาจต้องฝึกอบรมและปรับปรุงให้ดีขึ้น

4. การตรวจสอบระบบบริหารงานคุณภาพ เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการจัดทำระบบคุณภาพเป็นขั้นตอนการตรวจสอบระบบทั้งหมดว่าระบบที่จัดทำขึ้น

¹ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. 2547 มอก. ISO 9000 มาตรฐานระบบคุณภาพ [Online]. Available URL: <http://www.tisi.go.th/9000/9000.html>

เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร หากพบว่า มีข้อบกพร่องต้องปรับปรุงแก้ไขทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าระบบขององค์กรถูกต้องเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

5.2 มาตรฐาน Hospital Accreditation (HA)

มาตรฐาน Hospital Accreditation (HA) เป็นการรับรองที่เฉพาะเจาะจงสำหรับโรงพยาบาล ซึ่งแต่เดิมใช้สำหรับการตรวจสอบ แต่ปัจจุบันมีแนวโน้มเปลี่ยนไปเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 แนวคิดหลักของ Hospital Accreditation

ระบบบริการที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นสิ่งที่ไม่น่าพอใจสำหรับทุกฝ่าย ทั้งผู้ป่วย ผู้ให้บริการ และผู้จ่ายเงิน ผู้ป่วยได้รับบริการที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการ มีความเสี่ยง มีการละเมิดสิทธิและศักดิ์ศรีอยู่เนืองๆ ผู้ให้บริการต้องรับภาระงานหนัก ไม่สามารถแก้ปัญหาข้อติดขัดในการทำงานได้อย่างราบรื่น ผู้จ่ายเงินรู้สึกว่ามีค่าใช้จ่ายที่โรงพยาบาลที่ไม่มีประสิทธิภาพ

การพัฒนาคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับในปัจจุบันคือการนำแนวคิด TQM/CQI มาใช้ ซึ่งจะเน้นการทำงานเป็นทีม การพัฒนากระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องโดยใช้ข้อมูลและความคิดสร้างสรรค์ การเน้นผู้ป่วยเป็นศูนย์กลาง รวมทั้งการนำความรู้ที่ทันสมัยมาเป็นแนวทางในการดูแลรักษาผู้ป่วย

หัวใจสำคัญของ HA คือการสร้างระบบทบทวนตรวจสอบตนเองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้ประเมินจากภายนอกภายนอกทำหน้าที่ยืนยันผลการประเมินตนเอง และกระตุ้นให้มองเห็นโอกาสพัฒนาใหม่ๆ กระบวนการนี้จึงเป็นกระบวนการเรียนรู้มากกว่ากระบวนการตรวจสอบ

5.2.2 เนื้อหาสำคัญของมาตรฐาน HA

มาตรฐานโรงพยาบาลฉบับปีกัญญาภิเษก ซึ่ง HA ใช้ในการพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาลนั้น สามารถบูรณาการเนื้อหาสำคัญได้เป็น 6 หมวด 20 ประเด็นดังนี้

หมวดที่ 1 ความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพ

1) การนำองค์กร

2) ทิศทางนโยบาย

หมวดที่ 2 ทรัพยากรและการจัดการทรัพยากร

- 3) การบริหารทรัพยากรและประสานบริการ
- 4) การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- 5) การบริหารสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย
- 6) เครื่องมือและการจัดการเกี่ยวกับเครื่องมือ
- 7) ระบบสารสนเทศโรงพยาบาล

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) การทำงานเป็นทีมในการดูแลผู้ป่วย
- 16) การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ป่วยและครอบครัว
- 17) การประเมินและวางแผนดูแลรักษา
- 18) กระบวนการให้บริการ/ดูแลผู้ป่วย
- 19) การบันทึกข้อมูลผู้ป่วย
- 20) การเตรียมจำหน่ายและการดูแลต่อเนื่อง

5.2.3 ลำดับขั้นของการพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาล

สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล¹ ได้แบ่งลำดับขั้นของการพัฒนาออกเรียกว่าบันได 3 ขั้น ซึ่งในแต่ละขั้นก็จะแบ่งเป็นช่วงการดำเนินงาน ออกเป็นสี่ช่วง เพื่อช่วยโรงพยาบาลในการวางแผนดำเนินงานพัฒนาคุณภาพ (QI implementation plan) ดังนี้

บันไดขั้นที่ 1 สู่ HA เป็นการดำเนินการที่เน้นการมีเป้าหมายของงาน ทบทวนปัญหา/ความเสี่ยงต่างๆ นำมาแก้ไขป้องกันการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ซ้ำ มีการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันที่กำหนดไว้ โดยดำเนินการต่อเนื่องอย่างน้อย 6 เดือน (เป็นการปฏิบัติในช่วงที่สามขั้นต้นๆ) ทั้งนี้โดยไม่ปรากฏความเสี่ยงทางด้านโครงสร้างกายภาพและกำลังคนที่ชัดเจน

กิจกรรมที่จะต้องให้ความสำคัญสูงในขั้นนี้คือการสร้างระบบทบทวนวิธีการทำงานและผลงาน ซึ่งจะทำให้ผู้เกี่ยวข้องเห็นปัญหาและโอกาสพัฒนาได้ชัดเจนขึ้น ได้แก่ เครื่องชี้วัดของหน่วยงาน คำร้องเรียน การส่งต่อ การตรวจรักษาโดยผู้ที่มีใบแพทย์ เหตุการณ์วิกฤติ (การเสียชีวิต ภาวะแทรกซ้อน อุบัติการณ์) เวชระเบียน ความเหมาะสมทางวิชาชีพและวิชาการ ความเหมาะสมของการใช้ทรัพยากร ปัญหาของเครือข่ายบริการปฐมภูมิ การทบทวนเหล่านี้จะต้องนำมาสู่การแก้ไขป้องกันซึ่งผู้เกี่ยวข้องรับทราบและปฏิบัติ

แม้ว่ากิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการดูแลรักษาผู้ป่วย แต่มีได้หมายความว่าหน่วยงานที่มีได้ให้การดูแลรักษาผู้ป่วยโดยตรงจะไม่ต้องทำอะไร กิจกรรมที่ทุกหน่วยงานสามารถทำได้ คือ การทบทวนคำร้องเรียน/ข้อคิดเห็นของผู้รับบริการ การค้นหาและป้องกันความเสี่ยง การทบทวนอุบัติการณ์ การทบทวนการใช้ทรัพยากร การติดตามเครื่องชี้วัดสำคัญ

บันไดขั้นที่ 1 มีขั้นตอนในการปฏิบัติงาน 2 ช่วงด้วยกัน คือ

1. การเตรียมการ เป็นการทำความเข้าใจของผู้นำเพื่อตัดสินใจ กำหนดผู้รับผิดชอบ รับฟังเสียงสะท้อนจากผู้เกี่ยวข้อง

¹ สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล. 2545. (21กุมภาพันธ์). บันได 3 ขั้น สู่ HA (ปรับปรุงจาก Roadmap to HA และเส้นทางสู่โรงพยาบาลคุณภาพแบบเรียบง่าย ใน Simplicity in a Complex System [Online]. Available URL: www.geocities.com/sptr1902/3_steps_to_ha.htm

2. การพัฒนาและเรียนรู้ เป็นการฝึกทักษะของการทำงานร่วมกัน สร้างกระบวนการเรียนรู้ โดยเน้นการลงมือปฏิบัติกับของจริงในลักษณะของโครงการนำร่อง รวมทั้งการจัดทำแผนดำเนินงานพัฒนาคุณภาพ

บันไดขั้นที่ 2 สู่ HA เป็นการบูรณาการแนวคิดการบริหารความเสี่ยง การประกันคุณภาพ และการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องเข้าด้วยกัน ในทุกระดับ (เท่ากับปฏิบัติ ในช่วงที่สามได้สมบูรณ์)

กิจกรรมที่จะต้องให้ความสำคัญสูงในขั้นนี้คือการนำข้อมูลวิชาการและมาตรฐานวิชาชีพมาสู่การปฏิบัติ การติดตามเครื่องชี้วัดสำคัญ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องชี้วัดทางคลินิก) การแสดงให้เห็นรูปธรรมของการให้บริการโดยเน้นผู้ป่วย เป็นศูนย์กลางและการทำงานเป็นทีม ระหว่างวิชาชีพ

บันไดขั้นที่ 2 มีขั้นตอนในการปฏิบัติงาน 1 ช่วงด้วยกัน คือการดำเนินการ เป็นการทำกิจกรรมคุณภาพซึ่งบูรณาการแนวคิดการบริหารความเสี่ยง การประกันคุณภาพ และการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องเข้าด้วยกัน เป็นการดำเนินงานทั้งในระดับบุคคล หน่วยงาน ทีม ครอบคลุมสายงาน และทั้งองค์กร โดยหัวหน้าหน่วยงานแต่ละหน่วยจะต้องรับผิดชอบ กระบวนการพัฒนาคุณภาพในหน่วยงานของตน และร่วมมือประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บันไดขั้นที่ 3 หรือการได้รับ HA มีการปฏิบัติตามระบบและกระบวนการที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน HA อย่างครบถ้วน มีการเชื่อมโยงระบบงาน ข้อมูลข่าวสาร และความพยายามในการพัฒนาอย่างชัดเจน จนเกิดวัฒนธรรมคุณภาพในองค์กร

บันไดขั้นที่ 3 มีขั้นตอนในการปฏิบัติงาน 1 ช่วงด้วยกัน คือบูรณาการและวางรากฐานเพื่อการพัฒนาต่อเนื่อง เป็นการปรับโครงสร้างองค์กรเพิ่มเติม ปรับระบบแรงจูงใจ บูรณาการกิจกรรมคุณภาพที่เกี่ยวข้องกัน วางระบบเพื่อจุดประกายการพัฒนาอย่างต่อเนื่องด้วยการทบทวนความก้าวหน้าและกำหนดเป้าหมายให้สูงขึ้น

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด หรือ SWOT Analysis ดังนั้นเพื่อให้การศึกษารวบรวมข้อมูลเรื่องดังกล่าว มีแนวทางในการดำเนินงาน การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์สรุปผลที่ชัดเจนมากขึ้น ในบทที่ 3 แสดงให้เห็นถึงวิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) ดังรายละเอียดตามหัวข้อต่อไปนี้

3.1 วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าดังนี้

3.1.1 ขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหา

การศึกษารวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาไว้ดังนี้

3.1.1.1 ผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล จำแนกได้ดังนี้

- 1) บริการด้านการแพทย์ (Medical Services)
- 2) บริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ (Health Services)

โดยศึกษาข้อมูลจากการสำรวจในสถานที่ให้บริการ และจากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่ และผู้บริหารโรงพยาบาล นอกจากนี้ยังศึกษาจากเอกสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในสื่อรูปแบบต่างๆ

3.1.1.2 ความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาล จำแนกได้ดังนี้

- 1) รูปแบบมาตรฐาน Hospital Accreditation (HA)
- 2) รูปแบบมาตรฐาน International Organization for Standardization (ISO) โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานของโรงพยาบาล และจากแหล่งเอกสารอื่นๆ

3.1.1.3 ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และความพึงพอใจในการบริการของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต จำแนกได้ 2 กลุ่มดังนี้

- 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

โดยศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว และจากแบบสอบถามความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับความจำเป็นการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล และความพึงพอใจในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในโรงพยาบาล

3.1.2 ขอบเขตการศึกษาด้านพื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยและคณะจะทำการศึกษาวិจัยเฉพาะในเขตพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งประกอบไปด้วย 3 อำเภอด้วยกัน คือ อำเภอถลาง อำเภอเมืองภูเก็ต และอำเภอกระบุรี ในแต่ละอำเภอมิโรงพยาบาลทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน¹ ดังนี้

3.1.2.1 โรงพยาบาลของรัฐ 3 แห่ง เป็นโรงพยาบาลทั่วไป 1 แห่ง คือ โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต ขนาด 522 เตียง ซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอเมืองภูเก็ต โรงพยาบาลชุมชน 2 แห่ง คือ โรงพยาบาลถลาง ตั้งอยู่ในอำเภอถลาง และ โรงพยาบาลป่าตอง ตั้งอยู่ในอำเภอกระบุรี ซึ่งมีขนาด 60 เตียง

3.1.2.2 โรงพยาบาลเอกชน 3 แห่ง ซึ่งมีขนาด 229 เตียง ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลสิริโรจน์ และโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต ซึ่งโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองภูเก็ต

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษาวิจัยในครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้บริหารโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่งในจังหวัดภูเก็ต² และข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลของ

¹ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต, 2546. ภูเก็ต: ความพร้อมด้านการแพทย์และสาธารณสุขใน APEC 2003 (Asia Pacific Economic Cooperation), หน้า 7.

² ดูจากหัวข้อวิธีการศึกษา

นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้สำรวจและคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนทั้งหมดที่เข้ารับการรักษาของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต สถิติในปี 2545 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 3.1 แสดงการใช้บริการด้านการรักษาพยาบาลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต เปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ.2545 จำแนกตามรายชื่อโรงพยาบาล¹

| รายชื่อโรงพยาบาล กลุ่มเป้าหมาย ในจังหวัดภูเก็ต | จำนวนผู้ป่วย ทั้งหมด (คน) | | นักท่องเที่ยวต่างชาติ | | |
|--|------------------------------|---------------|-----------------------|--------------------------------------|---|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละจาก จำนวนผู้ป่วย ทั้งหมด | ร้อยละจากจำนวน นักท่องเที่ยว ต่างชาติ |
| โรงพยาบาลชิระภูเก็ต | 382,964 | 40.77 | 6,966 | 0.74 | 0.26 |
| โรงพยาบาลกลาง | 161,639 | 17.21 | 946 | 0.10 | 0.04 |
| โรงพยาบาลป่าตอง | 59,138 | 6.30 | 8,088 | 0.86 | 0.30 |
| โรงพยาบาลกรุงเทพ | 195,000 | 20.76 | 50,000 | 5.32 | 1.88 |
| โรงพยาบาลสิริโรจน์ | 74,444 | 7.93 | 12,736 | 1.36 | 0.48 |
| โรงพยาบาลภูเก็ตรวม แพทย์ | 10,925 | 1.16 | 874 | 0.09 | 0.03 |
| โรงพยาบาลมิชชัน | 55,214 | 5.88 | 425 | 0.05 | 0.02 |
| รวม | 939,324 | 100.00 | 80,035 | 8.52 | 3.01 |

ดังนั้นจากข้อมูลในตารางดังกล่าวข้างต้น เป็นข้อมูลที่คณะผู้วิจัยนำมาคิดคำนวณเพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และสร้างแบบสอบถาม ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamanae ดังนี้

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

¹ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต, 2547. เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อบูรณาการตามแผนยุทธศาสตร์ PHUKET as Health Tourism Destination of Asia หน้า 3.

ตาราง 3.2 การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างการวิจัยศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

| ประชากรกลุ่มเป้าหมาย (จากจำนวนผู้ป่วยทั้งหมด 939,324 คน) | จำนวนผู้ป่วย (คน) | การคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ Taro Yamanae (คน) |
|---|----------------------|--|
| ผู้ป่วยชาวไทย | 859,289 | 399 |
| ผู้ป่วยชาวต่างประเทศ | 80,035 | 398 |
| รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น | | 797 |

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 797 คนแล้ว ผู้วิจัยจึงมากำหนดให้ชัดเจนขึ้น ให้จำนวนผู้ป่วยชาวไทย จำนวน 399 คน คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และกำหนดให้จำนวนผู้ป่วยชาวต่างประเทศ คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 398 คน รวมเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 797 ชุด ตามแผนที่วางไว้ แต่เนื่องจากมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบตามจำนวนที่ระบุไว้ ในการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามได้ทั้งหมด 770 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้อธิบายเหตุผลไว้ในข้อตกลงเบื้องต้น เพื่อความเข้าใจตรงกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวบางส่วนเพิ่มเติมให้งานวิจัยน่าเชื่อถือและได้ข้อมูลในเชิงมากขึ้น

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยจะศึกษาข้อมูลที่ให้เห็นถึงภาพกว้างๆ โดยรวมของพื้นที่ศึกษา และข้อมูลเจาะลึกในระดับองค์กร และสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล จากแหล่งข้อมูลใน 4 ลักษณะ ดังนี้

3.3.1 การศึกษาวิเคราะห์จากเอกสาร (Documentary Analysis)

3.3.1.1 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องในเบื้องต้น ผู้วิจัยและคณะได้ทำการสำรวจและศึกษาเอกสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษาจากแหล่งเอกสารต่างๆ ได้แก่

- 1) เอกสารจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต
- 2) Website ต่างๆ เช่น กระทรวงสาธารณสุข สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพของโรงพยาบาล (พรพ.), โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต
- 3) เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อบริณาการตามแผนยุทธศาสตร์ Phuket as Health Tourism Destination of Asia เพื่อเป็นความรู้พื้นฐาน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดกรอบความคิดและเครื่องมือชี้วัดศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งช่วยในการเขียนข้อเสนอโครงการ และใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาวิจัยได้ต่อไป
- 4) สื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาล
- 5) สื่อโฆษณาของบริษัทนำเที่ยวที่มีนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพร่วมกับโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดอื่นๆ
- 6) เอกสารประกอบการจัดทำโครงการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล
- 7) ข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 8) เอกสาร, วารสาร, ข่าว, สื่อภาษาต่างประเทศ
- 9) เอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

3.3.1.2 ชั้นของการเก็บข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Analysis)

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านการแพทย์ในโรงพยาบาลของจังหวัดภูเก็ต จากแหล่งเอกสารปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยขอความอนุเคราะห์ข้อมูลของโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่ง

3.3.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกทั้งในส่วนของโรงพยาบาลในฐานะเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยวในฐานะแขกที่มาใช้บริการของโรงพยาบาล จากบุคคลดังต่อไปนี้

- 1) เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาแนวนโยบายและทิศทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตอย่างชัดเจน จากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง
- 2) ผู้อำนวยการโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่ง
- 3) คณะผู้บริหาร แพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญของโรงพยาบาลแต่ละแห่ง

- 4) บุคลากร เจ้าหน้าที่ ซึ่งสามารถให้ข้อมูลต่างๆของโรงพยาบาล
ได้เป็นอย่างดี
- 5) กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

3.3.3 แบบสอบถาม (Questionnaire)

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากได้แนวทางจากการปรึกษา และขอคำชี้แนะที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างแบบสอบถาม จากที่ปรึกษาโครงการ ได้แก่ คณะผู้บริหารโรงพยาบาลที่มีนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการ จำนวน 770 คน ตามสัดส่วนจากจำนวนผู้ใช้บริการของแต่ละโรงพยาบาล ดังนั้นข้อมูลจากแบบสอบถามจะมีทั้งฉบับภาษาไทยและฉบับภาษาต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งใช้กรอบแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry¹ กล่าวว่าคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ามองหาได้ โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน ดังนี้

| ระดับค่าคะแนนความคาดหวัง | | | |
|--------------------------|--------------|---------|--------------------------------|
| 5 | = มากที่สุด | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความคาดหวังสูงสุด |
| 4 | = มาก | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความคาดหวังสูง |
| 3 | = ปานกลาง | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความคาดหวังกลางๆ |
| 2 | = น้อย | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความคาดหวังน้อย |
| 1 | = ไม่คาดหวัง | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนไม่ได้คาดหวัง |

¹ สมวงศ์ พงศ์ศตภาพร. 2546. Service Marketing. หน้า 54.

| ระดับค่าคะแนนความพึงพอใจ | | | |
|--------------------------|----------------|---------|---|
| 5 | = มากที่สุด | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความพึงพอใจมากที่สุดจนเกิดความประทับใจ |
| 4 | = มาก | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความพึงพอใจมาก |
| 3 | = ปานกลาง | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความพึงพอใจกลางๆ |
| 2 | = น้อย | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนพึงพอใจน้อยและไม่พึงพอใจบางอย่าง |
| 1 | = ต้องปรับปรุง | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนไม่พึงพอใจเลย |

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาระยะนี้เรื่องศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต เป็นการศึกษาวิเคราะห์ใน 2 มิติ ได้แก่

- 1) **มิติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว** สำนวนปริมาณของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือ การบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต และ
- 2) **มิติด้านการตลาด** ศึกษาถึงภาวะการณ์ และแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าเป็นไปในทิศทางใด ควรจะเน้นการตลาดไปที่นักท่องเที่ยวกลุ่มใด และอยู่ในภูมิภาคใด จะได้จุดยืน (Positioning) ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามทั้ง 770 ชุด ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ผล 3 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (2) ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และ (3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows แสดงผลเป็นค่าร้อยละ การเปรียบเทียบระหว่างตัวแปร และการหาค่าเฉลี่ยจากการวัดระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการ จากนั้นจึงนำค่าเฉลี่ยของข้อมูลทั้ง 2 ส่วน คือ จากความคาดหวังและความพึงพอใจ มาเปรียบเทียบหาส่วนต่าง ก่อนนำข้อมูลมารายงานผล สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทนี้จะเป็นการตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าทั้ง 3 ข้อ คือ

- (1) เพื่อสำรวจปริมาณผลิตภัณฑ์การทองเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต
- (2) เพื่อให้ทราบระดับความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต และ
- (3) ความต้องการการทองเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ผลิตภัณฑ์การทองเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล

การสำรวจผลิตภัณฑ์การทองเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 6 แห่ง ว่ามีปริมาณเท่าใด เพื่อเป็นการวัดศักยภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตว่ามีศักยภาพในการให้บริการการทองเที่ยวเชิงสุขภาพเพียงใด ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนในการสำรวจผลิตภัณฑ์การทองเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลไว้ 2 ขั้นตอนด้วยกัน ดังนี้

1) ในขั้นตอนแรกของการสำรวจเป็นการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่งด้วยกัน เพื่อให้ทราบถึงนโยบายทางการตลาดของโรงพยาบาล เนื่องจากกิจการโรงพยาบาลมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้บริการด้านการรักษาพยาบาล และการส่งเสริมสุขภาพอยู่แล้ว โดยมุ่งให้บริการแก่ประชาชนในท้องถิ่น ส่วนนโยบายทางการตลาดเพื่อการทองเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม โดยการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่¹ (Repositioning) ซึ่งได้นำผลิตภัณฑ์บริการด้านการแพทย์ และส่งเสริมการแพทย์ที่มีอยู่ มาเข้าสู่ตลาดเป้าหมายใหม่ คือกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยมีการปรับปรุงให้เหมาะสมตามความต้องการของกลุ่มตลาดใหม่ (กลุ่มนักท่องเที่ยว)

2) เมื่อได้ทราบถึงนโยบายทางการตลาดของโรงพยาบาลเกี่ยวกับการทองเที่ยวเชิงสุขภาพแล้วนั้น ขั้นตอนต่อไปจึงเป็นการสำรวจผลิตภัณฑ์การทองเที่ยวเชิงสุขภาพต่างๆ ของโรงพยาบาลที่มีนโยบายทางการตลาดเพื่อการทองเที่ยวเชิงสุขภาพ

¹ ศิววรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 349

จากการวิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลในบทนี้ขึ้น เพื่อเป็นการแยกผลิตภัณฑ์การรักษายา และการส่งเสริมสุขภาพทั่วไปออกจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้นโยบายทางการตลาดของโรงพยาบาลเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง และผลิตภัณฑ์นั้นต้องไม่ใช่ลักษณะของการบำบัดรักษาฉุกเฉิน หรือเจ็บพลันด้วย เช่น นักท่องเที่ยวเกิดอุบัติเหตุถูกรถชนบาดเจ็บ หรือนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมักจะเจ็บป่วยด้วยโรคจากการดำน้ำ เช่น กลุ่มอาการถุงลมภายในปอดฉีกขาด (Pulmonary over Inflation Syndrome), โรคน้ำหนึบ (Decompression Sickness) ซึ่งโรคเหล่านี้เป็นโรคอันเกิดจากการท่องเที่ยว และมักเกิดกับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ถึงแม้ว่าทางโรงพยาบาลจะมีนโยบายในการให้บริการแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นหลักก็ตาม แต่เป็นการรักษาฉุกเฉิน ต้องให้การบำบัดรักษาอย่างรวดเร็ว ฉะนั้นในงานวิจัยนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผู้วิจัยจึงได้แบ่งเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกนั้นจะกล่าวถึงนโยบายทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล โดยจำแนกและให้รายละเอียดแยกส่วนในแต่ละโรงพยาบาล อันได้จากขั้นตอนการสำรวจในเบื้องต้น และในส่วนที่ 2 นั้น เป็นการสำรวจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอยู่ในปัจจุบันของโรงพยาบาลที่มีนโยบายทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อันได้จากขั้นตอนการสำรวจในระยะที่ 2 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงพยาบาล รวมไปถึงแผนกการตลาดของโรงพยาบาล ทั้ง 6 แห่ง ในจังหวัดภูเก็ต ว่าทางโรงพยาบาลมีนโยบายด้านการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง หากมีนโยบายทางการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแล้วนั้น ได้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

ผลการสำรวจนโยบายทางการตลาดและผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่ง ปรากฏว่าสามารถจำแนกโรงพยาบาลโดยแบ่งตามนโยบายทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ (ดูตาราง 4.1 ประกอบ)

1) โรงพยาบาลที่ไม่มีนโยบายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ โรงพยาบาลมิชชันภูเก็ต กับโรงพยาบาลถลาง

2) โรงพยาบาลที่มีนโยบายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ยังไม่
มีผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้บริการในปัจจุบัน คือ โรงพยาบาลป่าตอง กับ
โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต

3) โรงพยาบาลที่มีนโยบายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และมี
ผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้บริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คือ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต
กับโรงพยาบาลสิริโรจน์

ตาราง 4.1 แสดงนโยบายทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลทั้ง
6 แห่งในจังหวัดภูเก็ต

| รายชื่อโรงพยาบาลใน จังหวัดภูเก็ต | มีนโยบายและมี ผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว | มีนโยบายและกำลัง วางแผนดำเนินการ | ไม่มีนโยบาย |
|-------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|-------------|
| 1. โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต | ✓ | | |
| 2. โรงพยาบาลสิริโรจน์ | ✓ | | |
| 3. โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต | | ✓ | |
| 4. โรงพยาบาลป่าตอง | | ✓ | |
| 5. โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต | | | ✓ |
| 6. โรงพยาบาลกลาง | | | ✓ |

4.1.1.1 โรงพยาบาลที่ไม่มีนโยบายทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ

1) โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต

โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต เป็นโรงพยาบาลเอกชนในเครือโรงพยาบาล Adventist
ทั่วโลก (Part of worldwide SDA healthcare network) บริหารงานโดยมูลนิธิคริสเตียนเมดิคอล
แอดเวนติสต์ ซึ่งมีพันธกิจหลัก คือ การช่วยเหลือสังคมเป็นหลัก โดยเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่
หวังผลกำไร และมีนโยบายให้บริการแก่ประชาชนในท้องถิ่น รวมไปถึงนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย
สำหรับการรับการรักษาพยาบาลพื้นฐานทั่วไป

สมชัย ชื่นจิตต์¹ รองผู้อำนวยการโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต กล่าวถึงนโยบายทางการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวว่า โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต มีนโยบายให้บริการประชาชนในท้องถิ่นเป็นหลัก โดยเข้าร่วมเป็นเครือข่ายโรงพยาบาลประกันสังคมของสำนักงานประกันสังคม ซึ่งในปัจจุบันโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งเดียวในจังหวัดภูเก็ตที่มีกลุ่มผู้ใช้บริการเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมเป็นหลัก ในส่วนตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากโรงพยาบาลมีนโยบายให้บริการรักษาพยาบาลดังเช่นประชาชนโดยทั่วไป ไม่ได้มีนโยบายเพื่อตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรงแต่อย่างใด

2) โรงพยาบาลถลาง

โรงพยาบาลถลาง เป็นโรงพยาบาลชุมชนขนาดเล็ก ตั้งอยู่ในเขตอำเภอถลาง และเป็นโรงพยาบาลแห่งเดียวในอำเภอถลาง สำหรับโรงพยาบาลชุมชนนั้นมีภารกิจหลักเพื่อการให้บริการรักษาพยาบาล ฝักระวังป้องกันโรคติดต่อ และส่งเสริมสุขภาพอนามัยของประชาชนในท้องถิ่น และด้วย “โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค” ของรัฐบาล ทำให้โรงพยาบาลแห่งนี้เป็นที่พึงพิงเมื่อยามเจ็บไข้ได้ป่วยของผู้มีรายได้น้อย และมีประชาชนมารับบริการรักษาพยาบาลเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันทางโรงพยาบาลประสบปัญหาขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ และทรัพยากรทางการแพทย์อื่นๆ ทำให้ไม่สามารถตอบสนองนโยบายศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งเอเชียของรัฐบาลได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปนั้นกำลังซื้อสูง ต้องการเครื่องอำนวยความสะดวกสบาย ในขณะที่ทางโรงพยาบาลไม่สามารถตอบสนองสิ่งเหล่านี้ได้ โรงพยาบาลถลางจึงยังไม่มียุทธศาสตร์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

วิวัฒน์ ศีตมโนชัย² ผู้อำนวยการโรงพยาบาลถลาง ได้กล่าวถึงอุปสรรค และข้อจำกัดในการกำหนดนโยบายเพื่อสนองตอบโครงการศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งเอเชียไว้ว่า โรงพยาบาลถลางเป็นโรงพยาบาลชุมชนขนาดเล็ก ซึ่งมีภารกิจหลัก คือให้บริการแก่คนไทย และประชาชนในท้องถิ่น สามารถเข้าถึงการบริการได้อย่างทั่วถึง เน้นราคาถูก อย่างเช่นโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรคของรัฐบาล ที่คนยากคนจน ธรรมดากรก่อสร้าง คนงานตัดยางก็สามารถเข้าถึงบริการได้ และในปัจจุบันก็ประสบปัญหาขาดแคลนทรัพยากรทางการแพทย์ ทั้งแพทย์ พยาบาลเครื่องมือแพทย์ เป็นต้น

¹ สมชัย ชื่นจิตต์. 2547. (10 มีนาคม). รองผู้อำนวยการโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต. สัมภาษณ์.

² วิวัฒน์ ศีตมโนชัย. 2547. (3 มีนาคม). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลถลาง. สัมภาษณ์.

ในส่วนของนโยบายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ทางโรงพยาบาลไม่มีนโยบายทางการตลาดเพื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่อย่างใด นายแพทย์วิวัฒน์ ศีตมโนชญ์ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลกลาง ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดภูเก็ตว่า ทางโรงพยาบาลกลางแม้ว่าไม่ได้มีนโยบายทางการตลาดเพื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่ก็สามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวได้ โดยเฝ้าระวังและควบคุมโรคติดต่อต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจว่าจังหวัดภูเก็ตมีความปลอดภัยจากโรคติดต่อ และพร้อมสำหรับการบริการรักษาพยาบาลฉุกเฉินที่สามารถรักษาชีวิตของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงได้

4.1.2 โรงพยาบาลที่มีนโยบายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้บริการในปัจจุบัน

1) โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต

โรงพยาบาลวชิระภูเก็ตเป็นโรงพยาบาลทั่วไป มีขนาด 503 เตียง มีห้องพักรักษาผู้ป่วยจำนวน 345 เตียง และห้องพักรักษาพิเศษ จำนวน 158 ห้อง เป็นโรงพยาบาลภาครัฐแห่งเดียวของจังหวัดภูเก็ตที่มีนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งเอเชีย ตามนโยบายของรัฐบาลในสมัย ฯพณฯ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร แต่ยังคงขาดความพร้อมในหลายๆ ด้าน และในปัจจุบันทางโรงพยาบาลกำลังเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ อยู่ เช่น ส่งแพทย์ไปเรียนต่อในสาขาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ, เตรียมจัดหาพื้นที่สำหรับอาคารพักพื้นที่สะดวกสบายสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือกลุ่มคนไทยที่มีกำลังซื้อสูง เป็นต้น

เจษฎา จงไพฑูริย์วัฒน์² ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต ได้กล่าวถึงนโยบายด้านการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทำนองเดียวกันว่า ทางโรงพยาบาลมีพันธกิจในการพัฒนาโรงพยาบาลที่สอดคล้องกับนโยบายให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งเอเชียอยู่หลายประการ ดังได้เผยแพร่พันธกิจของโรงพยาบาลไว้ในเอกสารประชาสัมพันธ์³ เช่น การพัฒนาให้โรงพยาบาลวชิระภูเก็ตเป็นโรงพยาบาลนานาชาติในฝั่งอันดามัน

¹ วิวัฒน์ ศีตมโนชญ์. 2547. (4 มีนาคม). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลกลาง สัมภาษณ์.

² เจษฎา จงไพฑูริย์วัฒน์. 2547. (7 กันยายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต. สัมภาษณ์.

³ งานเลขานุการ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต. 100 ปี วชิระภูเก็ต พ.ศ.2549 ร่วมสร้างอาคารพักผู้ป่วยหลวงพ่อแช่มวัดฉลอง 100 ปี วชิระภูเก็ต หน้า 6.

มัน เป็นศูนย์โรคหัวใจ, ศูนย์การแพทย์แผนไทยและสปา, ศูนย์โรคกระดูกและข้อ, ศูนย์ไตเทียม และศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพและกายภาพบำบัด/อาชีวบำบัด

เจษฎา จงไพฑูริย์วัฒน์¹ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต ได้กล่าวถึงการสนองตอบศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งเอเชียของรัฐบาลไว้ว่า แม้ว่าในปัจจุบัน โรงพยาบาลวชิระภูเก็ตยังไม่พร้อมให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ก็สามารถสนับสนุนนโยบายศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งเอเชียของรัฐบาลได้ โดยให้การสนับสนุนและประสานความร่วมมือกับโรงพยาบาลเอกชนในด้านบุคลากร และเครื่องมือทางการแพทย์ เป็นต้น

2) โรงพยาบาลป่าตอง

โรงพยาบาลป่าตองเป็นโรงพยาบาลชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้ชายหาดป่าตอง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของจังหวัดภูเก็ต และมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้จำนวนมาก ทางโรงพยาบาลจึงเล็งเห็นข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งของโรงพยาบาลนี้ว่ามีความเหมาะสมในการพัฒนาบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขึ้นเป็นภารกิจรองจากการให้บริการประชาชนในท้องถิ่น

ทวีศักดิ์ เนตรวงศ์² ผู้อำนวยการโรงพยาบาลป่าตอง ได้กล่าวถึงการเตรียมการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า โรงพยาบาลป่าตองกำลังอยู่ในระหว่างดำเนินเตรียมการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้หลายประการ ทั้งการปรับปรุงอาคารสถานที่ ภูมิทัศน์ให้สวยงาม และมีเครื่องอำนวยความสะดวกในห้องพักรักษาตัวเช่นเดียวกับโรงแรมมาตรฐาน โดยในเบื้องต้นได้ปรับปรุงคลินิกทันตกรรม ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่ 1 ห้อง ได้เตรียมขยายการบริการเป็น 5 ห้องด้วยกัน โดยใช้ 3 ห้องสำหรับบริการประชาชนทั่วไป และอีก 2 ห้อง ได้แยกไว้สำหรับให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

แม้ว่าโรงพยาบาลป่าตองจะมีข้อได้เปรียบในเรื่องทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม แต่ยังคงขาดแคลนเงินลงทุน, บุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งทางโรงพยาบาลจะประสาน

¹ เจษฎา จงไพฑูริย์วัฒน์. 2547. (7 กันยายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต. สัมภาษณ์.

² ทวีศักดิ์ เนตรวงศ์. 2547. (2 กันยายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลป่าตอง. สัมภาษณ์.

ความร่วมมือจากเครือข่ายโรงพยาบาลในพื้นที่และต่างจังหวัดเพื่อให้การบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถให้บริการได้โดยเร็ว

4.1.1.3 โรงพยาบาลที่มีนโยบายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และมีผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้บริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

1) โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต

โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต เป็นโรงพยาบาลนำร่องเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หลังจากที่มีรัฐบาลประกาศเข้าสู่ตลาดศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเอเชีย โดย สุรพงษ์ ลูกหนูมารเจ้า ได้เสนอแนวความคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับธุรกิจของโรงพยาบาลว่า ต้องแปลง “สินทรัพย์” เป็น “เฮลท์ เซ็นเตอร์” สร้างจุดขายใหม่ให้กับจังหวัดภูเก็ตนอกเหนือจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามแล้ว การท่องเที่ยวพักผ่อนต้องพ่วงมากับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยวเองด้วย

สินทรัพย์จังหวัดภูเก็ตมี คือ การบริการที่เป็นเลิศความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างประเทศ ด้วยที่พักและรีสอร์ทระดับหรูในจังหวัดภูเก็ต ผสมเข้ากับโปรแกรมการดูแลสุขภาพ ซึ่งในขณะนี้โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตประกาศตัวเองเป็นคู่แข่งกับประเทศรอบข้างได้แก่ สิงคโปร์ ฮองกง และมาเลเซียแล้ว โดยทางโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต ได้จัดตั้ง บริษัท ภูเก็ต เฮลท์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ขึ้น เพื่อการตลาดเชิงรุกทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเต็มที่

2) โรงพยาบาลสิริโรจน์

โรงพยาบาลแห่งนี้เป็นโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งนอกจากจะมีนโยบายให้บริการแก่ประชาชนโดยทั่วไปแล้ว ยังมุ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกด้วย จะเห็นได้จากการใช้ชื่อโรงพยาบาลเป็นภาษาอังกฤษว่า “International Phuket Hospital” นั่นเอง

โรงพยาบาลสิริโรจน์เป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีจุดขายคือ มีมาตรฐานการบริการเทียบเท่าประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่ราคาต่ำกว่า

นอกจากนี้โรงพยาบาลยังมีบุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญ, มีห้องผ่าตัดที่ปลอดภัย ปราศจากเชื้อโรคที่สามารถทำให้ผู้รับบริการติดเชื้อจากการรับการรักษาได้ เป็นต้น

ผู้วิจัยได้มีโอกาสสัมภาษณ์ อนุรักษ ธารศิริโรจน์ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลสิริโรจน์ ท่านได้กล่าวถึงนโยบายด้านการตลาดของโรงพยาบาลว่า จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยปกติก็รับการรักษาพยาบาลนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยขณะมาพักที่ภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงอยู่แล้ว แต่ด้วยที่ทางโรงพยาบาลมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญในเรื่องการผ่าตัดแปลงเพศ และมีการบอกต่อกัน ทำให้โรงพยาบาลสิริโรจน์มีชื่อเสียงในกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยอีกทางหนึ่ง

โรงพยาบาลสิริโรจน์มีผลิตภัณฑ์ด้านบริการสุขภาพด้านการแพทย์ ที่ได้สร้างชื่อเสียงให้กับทางโรงพยาบาล อันได้แก่ การศัลยกรรมแปลงเพศ, การฝังเข็ม และการปลูกผม โดยโรงพยาบาลไม่ได้ทำการตลาดในเชิงรุกแต่อย่างใด ส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาใช้บริการมักจะได้รับบริการบอกเล่าจากคนรู้จัก และแนะนำให้มารับบริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้

4.1.2 ผลลัพธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

จากการศึกษาแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 6 แห่งแล้วนั้น ผู้วิจัยพบว่ามีโรงพยาบาลเอกชน 2 แห่ง ที่มีนโยบายด้านการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว และได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งผู้วิจัยได้แยกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลออกเป็น 2 ประการ คือ บริการสุขภาพด้านการแพทย์ กับบริการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้คือ

4.1.2.1 บริการทางการแพทย์

1) บริการตรวจสุขภาพ โดยปกติจะแบ่งโปรแกรมตามกลุ่มอายุของผู้รับบริการ แต่ก็สามารถจัดรายการเพิ่มพิเศษอื่นๆ เช่น บริการตรวจสุขภาพหัวใจ, บริการตรวจสุขภาพสำหรับสตรี เป็นต้น

2) บริการทันตกรรม เช่น บริการฟอกสีฟันให้ขาว ทั้งการใช้สารเคมี และการใช้เลเซอร์ช่วยเร่งปฏิกิริยา เป็นต้น

3) บริการศัลยกรรม เช่น การศัลยกรรมตกแต่ง, การผ่าตัดแปลงเพศ, การปลูกผม และการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่า เป็นต้น

- 4) บริการแก้ไขผิวพรรณและความงาม
- 5) บริการล้างสารพิษ เช่น การฟอกเลือดสำหรับผู้ป่วยโรค

ไตวาย เป็นต้น

- 6) บริการแก้ไขสายตาด้วยวิธี Lasik
- 7) บริการคลอดบุตร

4.1.2.2 บริการส่งเสริมสุขภาพ

- 1) บริการแพทย์แผนไทย เช่น การนวดแผนไทย
- 2) บริการแพทย์แผนจีน เช่น การฝังเข็ม

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลนั้นจะซ้อนกันอยู่ในผลิตภัณฑ์ปกติที่โรงพยาบาลมีอยู่แล้ว เพียงแต่เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มใหม่ คือกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลนั้นมีลักษณะพิเศษออกไปจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ โดยทั่วไป โดยสามารถจำแนกออกเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือไม่นั้น ต้องดูที่นโยบายทางการตลาดว่าต้องการลูกค้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือไม่ และผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่ายตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเองด้วย เมื่อนักท่องเที่ยวมีความต้องการบริการใด ทางโรงพยาบาลก็สามารถสนองความต้องการได้ไม่ยากนัก เนื่องจากผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้นๆ มีอยู่แล้ว เพียงแต่เพิ่มกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวเท่านั้น

4.2 ความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาล

โรงพยาบาลทั้ง 6 แห่งในจังหวัดภูเก็ตต่างก็พยายามพัฒนาคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐาน และมาตรฐานที่โรงพยาบาลเหล่านี้นำมาเป็นกรอบในการพัฒนามีอยู่ 2 แนวทาง คือ (1) มาตรฐานโรงพยาบาล (HA) ให้การรับรองมาตรฐานโดยสถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขใช้เป็นกรอบในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลในภาครัฐทั่วประเทศ และ (2) มาตรฐาน ISO9001:2000 ให้การรับรองมาตรฐานโดยองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization - ISO) ซึ่งเป็นองค์การระหว่างประเทศที่ว่าด้วยมาตรฐาน อันเกิดจากการรวมตัวขององค์กรอุตสาหกรรมนานาชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือ และกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 มาตรฐานคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation-HA)¹

ตามมาตรฐานโรงพยาบาลฉบับปีกาณจนภิเษก ซึ่งสถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาลจึงได้แบ่งลำดับขั้นของการประเมินและรับรองเป็น 3 ขั้น ดังนี้

บันไดขั้นที่ 1 มาตรฐาน HA เน้นการมีเป้าหมายของงาน ทบทวนปัญหา/ความเสี่ยงต่างๆ นำมาแก้ไข ป้องกัน ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ซ้ำ โดยดำเนินการต่อเนื่องอย่างน้อย 6 เดือน ทั้งนี้โดยไม่ปรากฏความเสี่ยงทางด้านโครงสร้างกายภาพและกำลังคนที่ชัดเจน

บันไดขั้นที่ 2 มาตรฐาน HA บูรณาการแนวคิดการบริหารความเสี่ยง การประกันคุณภาพ และการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องเข้าด้วยกัน ในทุกระดับ กิจกรรมที่สำคัญ คือ การนำข้อมูลวิชาการและมาตรฐานวิชาชีพมาสู่การปฏิบัติ การติดตามเครื่องชี้วัดสำคัญ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องชี้วัดทางคลินิก) การแสดงให้เห็นรูปธรรมของการให้บริการโดยเน้นผู้ป่วยเป็นศูนย์กลางและการทำงานเป็นทีมระหว่างวิชาชีพ

บันไดขั้นที่ 3 หรือการได้รับ HA มีการปฏิบัติตามระบบและกระบวนการที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน HA อย่างครบถ้วน มีการเชื่อมโยงระบบงาน ข้อมูลข่าวสาร และความพยายามในการพัฒนาอย่างชัดเจน จนเกิดวัฒนธรรมคุณภาพในองค์กร

¹สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล. 2545 (21 กุมภาพันธ์). บันได 3 ขั้น มาตรฐาน HA (ปรับปรุงจาก Roadmap to HA และเส้นทางสู่โรงพยาบาลคุณภาพแบบเรียบง่าย ใน Simplicity in a Complex System)สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล [Online]. Available URL: www.geocities.com/sptr1902/3_steps_to_ha.htm

ตาราง 4.2 แสดงมาตรฐานของโรงพยาบาลโดยจำแนกตามบันไดสู่มาตรฐาน HA

| บันไดสู่มาตรฐาน Hospital Accreditation (HA) | รายชื่อโรงพยาบาล | | | |
|---|------------------|-----------|--------------|--------|
| | กรุงเทพภูเก็ต | สิริโรจน์ | วิริยะภูเก็ต | ป่าตอง |
| 1. บันไดขั้นที่ 1 การทบทวน แก้ไข ป้องกัน <ul style="list-style-type: none"> ● ช่วง (phase) ในการพัฒนา <ul style="list-style-type: none"> - <u>ช่วงที่หนึ่ง</u> การเตรียมการ - <u>ช่วงที่สอง</u> การพัฒนาและเรียนรู้ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. บันไดขั้นที่ 2 การประกันคุณภาพและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง <ul style="list-style-type: none"> ● ช่วง (phase) ในการพัฒนา <ul style="list-style-type: none"> - <u>ช่วงที่สาม</u> (ระยะหลัง) การวิเคราะห์กระบวนการทั้งหมดอย่างเป็นระบบ ประกันคุณภาพในส่วนที่ทำได้ดีแล้ว พัฒนาในส่วนที่เห็นโอกาส | ✓ | ✓ | ✓ | - |
| 3. บันไดขั้นที่ 3 การปฏิบัติตามมาตรฐาน HA อย่างครบถ้วน <ul style="list-style-type: none"> ● ช่วง (phase) ในการพัฒนา <ul style="list-style-type: none"> - <u>ช่วงที่สี่</u> การบูรณาการและวางรากฐานเพื่อการพัฒนาต่อเนื่อง | ✓ | - | - | - |

สรุปโดยภาพรวมจากการศึกษาเกี่ยวกับรางวัลในการรับรองมาตรฐานของโรงพยาบาลทั้ง 4 แห่งในจังหวัดภูเก็ต พบว่า โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต เป็นโรงพยาบาลแรกและโรงพยาบาลเดียวในจังหวัดภูเก็ตขณะนี้ที่ได้รับมาตรฐาน Hospital Accreditation (HA) อีก 3 โรงพยาบาลที่เหลือมีเป้าหมายสำคัญต่อไปคือ ต้องให้ได้รับการรับรองระบบคุณภาพโรงพยาบาล หรือ Hospital Accreditation (HA)

โรงพยาบาลสิริโรจน์ยังมุ่งสู่มาตรฐาน Hospital Accreditation (HA) ซึ่งในขณะนี้ ได้ดำเนินการผ่านบันไดขั้นที่ 1 การทบทวน แก้ไข ป้องกันไปแล้ว จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการ

สายนการบริหาร และที่ปรึกษาฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลสิริโรจน์ คุณกอบแก้ว บุญศิริ¹ กล่าวในเรื่องการดำเนินการตามมาตรฐาน HA ว่า “ขณะนี้ทางโรงพยาบาลสิริโรจน์ได้นำเสนอข้อมูลผ่านบันไดขั้นที่ 1 โดยหลักการแล้ว แต่การดำเนินการสู่บันไดขั้นที่ 2 และ 3 นั้นยังอยู่ในขั้นรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีรายละเอียดต่างๆอยู่ครบถ้วนแล้ว ส่วนมาตรฐาน ISO 9002:2000 ทางโรงพยาบาลสิริโรจน์ได้ดำเนินการเพื่อขอรับรองมาตรฐานไปแล้ว ประมาณ 3 ใน 4 ส่วน

Hospital Accreditation (HA)² เป็นมาตรฐานการรับรองที่เฉพาะเจาะจงสำหรับโรงพยาบาล เดิมมีลักษณะของการตรวจสอบสูง แต่ปัจจุบันมีแนวโน้มเปลี่ยนไปเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันระบบบริการของโรงพยาบาลที่เป็นอยู่เป็นสิ่งที่ไม่น่าพอใจสำหรับทุกฝ่าย ทั้งผู้ป่วย ผู้ให้บริการ และผู้จ่ายเงิน ผู้ป่วยได้รับบริการที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการ มีความเสี่ยง มีการละเมิดสิทธิและศักดิ์ศรีอยู่เนืองๆ ผู้ให้บริการต้องรับภาระงานหนัก ไม่สามารถแก้ปัญหาข้อติดขัดในการทำงานได้อย่างราบรื่น ผู้จ่ายเงินรู้สึกว่าการใช้ทรัพยากรที่ไม่มีประสิทธิภาพ

การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลที่เป็นที่ยอมรับในปัจจุบันคือ การนำแนวคิด TQM/CQI มาใช้ ซึ่งจะเน้นการทำงานเป็นทีม การพัฒนากระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องโดยใช้ข้อมูลและความคิดสร้างสรรค์ การเน้นผู้ป่วยเป็นศูนย์กลาง รวมทั้งการนำความรู้ที่ทันสมัยมาเป็นแนวทางในการดูแลรักษาผู้ป่วย ดังเช่นแนวความคิดของผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต³ กล่าวว่า “การทำงานเป็นทีม (Teamwork) เป็นหัวใจสำคัญของงานทุกหน่วย ร่วมแรงร่วมใจ ร่วมระดมพลังสมอง งานทุกอย่างก็จะประสบความสำเร็จ ส่วนในด้านการเตรียมความพร้อมเพื่อให้โรงพยาบาลสามารถรองรับนโยบายได้นั้น ในขณะนี้ทางโรงพยาบาลได้จัดการพัฒนาบุคลากร เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลในด้านต่างๆ เช่น ส่งแพทย์ไปศึกษาอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรักษาเฉพาะทางหลายสาขา อีกทั้งการพัฒนาบุคลิกภาพของบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมในการบริการ”

¹ กอบแก้ว บุญศิริ 2547. (3 กันยายน). ผู้อำนวยการสายนการบริหาร และที่ปรึกษาฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลสิริโรจน์. สัมภาษณ์.

² สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล. 2545 (21 กุมภาพันธ์). บันได 3 ขั้น สู่ HA (ปรับปรุงจาก Roadmap to HA และเส้นทางสู่โรงพยาบาลคุณภาพแบบเรียบง่าย ใน Simplicity in a Complex System)สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล [Online]. Available URL www.geocities.com/sptr1902/3_steps_to_ha.htm

³ เจษฎา จงใหญ่วัฒน์. 2547. (7 กันยายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต. สัมภาษณ์.

หัวใจสำคัญของ Hospital Accreditation (HA) คือ การสร้างระบบทบทวน ตรวจสอบตนเองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้ประเมินจากภายนอกภายนอกทำหน้าที่ ยืนยันผลการประเมินตนเอง และกระตุ้นให้โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมองเห็นโอกาสพัฒนาใหม่ๆ กระบวนการนี้จึงเป็นกระบวนการเรียนรู้มากกว่ากระบวนการตรวจสอบ

HA เป็นมาตรฐานหรือเครื่องหมายยืนยันการพัฒนาโรงพยาบาลที่เป็นรูปธรรม แต่หากมองแนวความคิดของผู้บริหารโรงพยาบาลในการพัฒนาสู่มาตรฐานสากลแล้ว โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตที่มีนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แรงที่จะก้าวไปสู่ตลาด ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของเอเชีย และพร้อมที่จะแข่งขันกับต่างประเทศ ทั้งในด้าน ราคา การบริการ เครื่องไม้เครื่องมือที่ทันสมัย บุคลากร ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

4.2.2 มาตรฐานสากล International Organization for Standardization (ISO)

โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต เป็นโรงพยาบาลแรกในจังหวัดภูเก็ตที่ได้รับมาตรฐาน ISO 9002:2000 จาก Quality Science Universal Company based in Singapore ด้านการ บริการที่เป็นเลิศ เมื่อเดือนตุลาคม 2542

ส่วนโรงพยาบาลสิริโรจน์ เป็นโรงพยาบาลแห่งที่ 2 ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO 9002:1994 เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2543 โดยใช้เวลาในการปรับปรุงระบบงานคุณภาพ 9 เดือน และในวันที่ 1 มีนาคม 2545 โรงพยาบาลสิริโรจน์ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 ซึ่ง ใช้เวลาในการปรับปรุงระบบงานคุณภาพ 4 เดือน¹

ข้อกำหนดของมาตรฐาน ISO 9001: Version 2000 เป็นการรวม ISO 9001, 9002, 9003 ฉบับปี 1994 เดิม เป็นฉบับเดียว เพื่อให้องค์กรหรือโรงพยาบาลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้แสดงความสามารถ ในการทำตามความต้องการของลูกค้า และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่ง สามารถนำไปใช้ปฏิบัติภายในโรงพยาบาล หรือใช้เพื่อการรับรองให้สอดคล้องกับการบริหารงาน ของโรงพยาบาล คือ

¹ โรงพยาบาลสิริโรจน์, 2545. สิริโรจน์สาร. ปีที่ 1. พฤษภาคม. หน้า 7

1) โรงพยาบาลมีระบบการบริหารงานที่มีคุณภาพ (Quality Management Systems) หมายถึง ในการจัดทำระบบการบริหารงานคุณภาพ จะต้องจัดระบบให้เป็นลายลักษณ์อักษร และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดกระบวนการที่จำเป็น ความสัมพันธ์ของกระบวนการ และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดประสิทธิผล ตลอดจนต้องมีทรัพยากร และข้อมูลพอเพียงในการที่จะทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้

2) โรงพยาบาลมีความรับผิดชอบด้านการบริหาร (Management responsibility) ผู้บริหารระดับสูงมีหน้าที่ในการจัดการบริหารงานระบบการบริหารงานคุณภาพ โดยการกำหนดกลยุทธ์การบริหารงานในโรงพยาบาล ผู้บริหารระดับสูงจะต้องรู้ถึง ความต้องการของลูกค้า และทำให้เกิดความพึงพอใจ โดยการกำหนดนโยบายคุณภาพการบริการ และการจัดระบบการบริหารงานคุณภาพ กำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ และแต่งตั้งตัวแทนฝ่ายบริหาร (Quality Management Representative-QMR) ตลอดจนมีการสื่อสารข้อมูลภายในโรงพยาบาล เพื่อให้บุคลากรรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโรงพยาบาล และมีการทบทวนการบริหารงานเพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมเพียงพอ ของระบบ เพื่อหาทางปรับปรุงระบบงานของโรงพยาบาลต่อไป

3) การบริหารด้านทรัพยากร (Resource Management) ซึ่งรวมถึง ทรัพยากรบุคคลากรและโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภค ซึ่งในขณะนี้โรงพยาบาลส่วนใหญ่เร่งพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ด้วยการฝึกอบรม และสร้างจิตสำนึกของบุคลากรให้เกิดขึ้น ตลอดจนปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือจัดสร้างอาคาร สถานที่ สาธารณูปโภคต่างๆ และปรับสภาพแวดล้อมในโรงพยาบาล

4) การผลิต และ/หรือการบริการ (Product Realization) โรงพยาบาล กำหนดกระบวนการผลิตงานบริการ โดยคำนึงถึงเป้าหมายหรือลูกค้าของโรงพยาบาล สร้างแนวทางด้านคุณภาพการบริการให้แก่ลูกค้า มีการดำเนินการและควบคุมกระบวนการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์การบริการ ที่เป็นไปตามความต้องการ ของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

การวัด วิเคราะห์ และการปรับปรุง (Measurement, analysis and improvement) โรงพยาบาลติดตามและประเมินผลความคาดหวังและความพึงพอใจต่อบริการของลูกค้า เพื่อให้ตอบสนองได้ตามความต้องการของลูกค้า โดยผ่านกระบวนการบริหารระบบ

บริหารงานคุณภาพ ด้วยการตรวจประเมินภายใน และมีการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อแสดงถึงความเหมาะสม และประสิทธิผลของระบบการบริการ และมีการปรับปรุง ป้องกัน แก้ไขอย่างต่อเนื่อง

เห็นได้ว่าโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมีมาตรฐานซึ่งได้รับการรับรองแล้วอยู่ 2 แห่ง (ดูตาราง 4.3 ประกอบ) และสำหรับโรงพยาบาลอื่นๆ ก็กำลังอยู่ในกระบวนการพัฒนา เพื่อให้ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานเหล่านี้ด้วยเช่นกัน

ตาราง 4.3 แสดงการรับรองมาตรฐานโรงพยาบาล 4 แห่งในจังหวัดภูเก็ต

| รายชื่อโรงพยาบาล | Hospital Accreditation (HA) | ISO 9001:2000 |
|---------------------------|-----------------------------|---------------|
| 1. โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต | ✓ | ✓ |
| 2. โรงพยาบาลสิริโรจน์ | - | ✓ |
| 3. โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต | - | - |
| 4. โรงพยาบาลป่าตอง | - | - |

4.3 ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ตั้งแต่เดือนมิถุนายน – ตุลาคม 2547 เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 770 คน¹ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในข้อที่ 3 ได้แก่ เพื่อศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไปและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต โดยผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแสดงผล วิเคราะห์และอภิปรายผลท้ายตาราง โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (2) ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และ (3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

¹ ดูข้อจำกัดของการวิจัย ในบทที่ 6 เรื่องการหากรกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ลูกค้ายอดนิยมของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

4.3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

การนำเสนอผลในส่วนแรก ผู้วิจัยได้แจกแจงรายละเอียดลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามเพศ

| เพศ | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย | ร้อยละ | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ | ร้อยละ |
|------|--------------------------|--------|---------------------------------|--------|
| ชาย | 173 | 44.10 | 203 | 53.70 |
| หญิง | 219 | 55.90 | 175 | 46.30 |
| รวม | 392 | 100.00 | 378 | 100.00 |

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaires) ของการศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมจำนวนทั้งสิ้น 770 คน และข้อมูลส่วนหนึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์เจาะลึกนักท่องเที่ยว

ดังนั้นข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 392 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้เป็นเพศหญิง มีจำนวน 219 คน เพศชาย 173 คน คิดเป็นร้อยละ 55.90 และร้อยละ 44.10 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 378 คน มีจำนวนเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.70 และร้อยละ 46.30 ตามลำดับ

ตาราง 4.5 แสดงเขตภูมิภาคของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย

| เขตภูมิภาค | จำนวนผู้ให้บริการชาวไทย (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|------------------------------|---------------|
| ภาคเหนือ | 25 | 6.40 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 35 | 8.90 |
| ภาคกลาง | 52 | 13.30 |
| ภาคตะวันตก | 13 | 3.30 |
| ภาคตะวันออก | 22 | 5.60 |
| ภาคใต้ | 245 | 62.50 |
| รวม | 392 | 100.00 |

ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามภูมิภาคแล้ว ผลปรากฏว่า นักท่องเที่ยวในเขตภูมิภาค นักท่องเที่ยวในเขตภาคใต้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับภาคอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 62.50 เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีชื่อเสียง ที่สำคัญคือ ตั้งอยู่ใกล้กับภูมิภาคเดิมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมาจาก จังหวัดพังงา กระบี่ ระนอง ตรัง และ นครศรีธรรมราช เป็นต้น รองลงมา ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างจากเขตภูมิภาค ภาคกลาง เดินทางมาจาก กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ร้อยละ 13.30

ตาราง 4.6 แสดงเขตภูมิภาคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

| เขตภูมิภาค | จำนวนผู้ให้บริการชาวต่างประเทศ (คน) | ร้อยละ |
|------------|-------------------------------------|---------------|
| เอเชีย | 102 | 27.00 |
| ยุโรป | 163 | 43.10 |
| ออสเตรเลีย | 60 | 15.90 |
| แอฟริกา | 5 | 1.30 |
| อเมริกา | 48 | 12.7 |
| รวม | 378 | 100.00 |

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต อีกทั้งแต่ละโรงพยาบาลมีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่โรงพยาบาลมีให้บริการ ดังนั้นจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้น คือ กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาจาก

เขตภูมิภาคยุโรป เช่น อังกฤษ เยอรมันนี ฝรั่งเศส สวีเดน อิตาลี โครเอเชีย สเปน รัสเซีย และ ไชปรัส คิดเป็นร้อยละ 43.10

รองลงมา ได้แก่ เขตภูมิภาคเอเชีย ร้อยละ 27.00 ซึ่งนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากหลายประเทศ อาทิเช่น เกาหลี ญี่ปุ่น ฮองกง อินเดีย ปากีสถาน จีน อิหร่าน สิงคโปร์ และ มาเลเซีย เป็นต้น ส่วนร้อยละ 12.70 และ ร้อยละ 1.30 เป็นนักท่องเที่ยวจากเขตภูมิภาคออสเตรเลีย อเมริกา และแอฟริกา ตามลำดับ

Joachim Kühnapfel นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน¹ เลือกที่จะเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวเป็นประจำทุกปี ตลอดระยะเวลา 7 ปีที่ผ่านมา ผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เคยใช้บริการ ได้แก่ นวดแผนไทย, เมดิคอล สปา (medical spa) และการรักษา (treatment)

ตาราง 4.7 แสดงศาสนาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

| ศาสนา | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (คน) | ร้อยละ |
|------------|-------------------------------|---------------|
| พุทธ | 336 | 85.70 |
| คริสต์ | 53 | 13.50 |
| อิสลาม | 3 | 0.80 |
| รวม | 392 | 100.00 |

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่นับถือศาสนาพุทธส่วนใหญ่ นิยมการมาท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ถึงร้อยละ 85.70 รองลงมา ได้แก่ ชาวไทยที่นับถือศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 13.50 และอิสลาม ตามลำดับ ที่น่าสังเกตคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่นับถือศาสนาอิสลามโดยเคร่งครัดนั้น ไม่นิยมมาท่องเที่ยว ในการวิจัยครั้งนี้ไม่ปรากฏนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาหรือลัทธิอื่นๆ

¹ Joachim Kühnapfel, 2547. (10 กันยายน). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.

ตาราง 4.8 แสดงช่วงอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

| ช่วงอายุ (ปี) | จำนวนนักท่องเที่ยว (คน) | | | |
|---------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | ชาวไทย | ร้อยละ | ชาวต่างประเทศ | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 18 | 15 | 3.80 | 4 | 1.10 |
| 19-25 | 169 | 43.10 | 52 | 13.80 |
| 26-35 | 145 | 37.00 | 126 | 33.30 |
| 36-45 | 44 | 11.20 | 89 | 23.50 |
| 46-60 | 19 | 4.90 | 98 | 25.90 |
| 61 ปีขึ้นไป | 0 | 0.00 | 9 | 2.40 |
| รวม | 392 | 100.00 | 378 | 100.00 |

เรื่องการดูแลสุขภาพของคนไทยในปัจจุบัน มีแนวโน้มสูงขึ้น กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 19-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.10 ถือเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่สนใจเรื่องสุขภาพมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.00 ช่วงอายุ 36-45 ปี และช่วงอายุ 46-60 ปี แต่ไม่พบกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไปหรือวัยเกษียณอายุราชการในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ช่วงอายุที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดได้แก่ ช่วงอายุ 26-35 ปี รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 46-60 ปี และช่วงอายุ 36-45 ปี ตามลำดับ และจากการศึกษาวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ ที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป หรือวัยเกษียณอายุราชการ แนวความคิดของกลุ่มอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป หรือวัยเกษียณอายุราชการดังกล่าว มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยเดียวกันของไทย อันเนื่องจากการมีอิสระเสรีภาพ ปลอดภัยจากภาระทางครอบครัว การได้รับสวัสดิการ การดูแลที่ดีจากภาครัฐของประเทศนั้นๆ หรือ การท่องเที่ยวคือ การพักผ่อนหลังจากเกษียณอายุราชการแล้ว

ตาราง 4.9 แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

| อาชีพ | จำนวนนักท่องเที่ยว (คน) | | | |
|-----------------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | ชาวไทย | ร้อยละ | ชาวต่างประเทศ | ร้อยละ |
| ข้าราชการ | 38 | 9.70 | 36 | 9.50 |
| พนักงานหน่วยงานเอกชน | 93 | 23.70 | 93 | 24.60 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 98 | 25.00 | 82 | 21.70 |
| นักเรียน/ นักศึกษา | 96 | 24.50 | 30 | 7.90 |
| วิชาชีพอิสระ | 16 | 4.10 | 75 | 19.80 |
| ว่างงาน/ เกษียณราชการ | 17 | 4.30 | 22 | 5.80 |
| อื่นๆ | 34 | 8.70 | 40 | 10.60 |
| รวม | 392 | 100.00 | 378 | 100.00 |

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ที่ว่างจากการประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.00 มักใช้เวลาส่วนหนึ่งเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งไม่แตกต่างจากกลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นมากนัก เนื่องจากระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยนั้น เข้าสู่ช่วงการปิดภาคการศึกษา ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนหนึ่ง ร้อยละ 24.50 เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา รองลงมาได้แก่ กลุ่มอาชีพพนักงานของหน่วยงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 23.70 และข้าราชการ คิด 9.70 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานในหน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 24.60 รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 21.70 และผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระ ได้แก่ แพทย์ ทัศนศึกษา มัคคุเทศก์ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 19.80 ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุราชการหรือผู้ว่างงาน เป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยวน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 5.80 อาชีพอื่นๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่พบในการวิจัย ได้แก่ นายหน้า ตัวแทนจำหน่ายสินค้า เกษตรกร เป็นต้น

ตาราง 4.10 แสดงรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

| ช่วงรายได้/ เดือน (บาท) | จำนวนนักท่องเที่ยว (คน) | | | |
|----------------------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | ชาวไทย | ร้อยละ | ชาวต่างประเทศ | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 10,000 | 209 | 53.30 | 14 | 3.70 |
| 10,001-15,000 | 95 | 24.20 | 19 | 5.10 |
| 15,001-30,000 | 62 | 15.80 | 42 | 11.10 |
| 30,001-50,000 | 20 | 5.10 | 111 | 29.40 |
| มากกว่า 50,000 | 6 | 1.50 | 192 | 50.70 |
| รวม | 392 | 100.00 | 378 | 100.00 |

รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.30 ซึ่งสอดคล้องกับ อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนรองลงมา ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 24.20 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนน้อยที่สุด เหตุผลที่ทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทนั้น ช่วงที่ทำารเก็บรวบรวมข้อมูล จังหวัดภูเก็ตอยู่ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) จึงถือเป็นโอกาสหรือช่วงระยะเวลาที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย ประกอบกับ ช่วงเดือนตุลาคมเป็นช่วงปิดภาคการศึกษาของนักเรียน นักศึกษา ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการการท่องเที่ยว คือกลุ่มดังกล่าวข้างต้น

จากการศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีจำนวนถึง 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 รองลงมาได้แก่ ช่วงรายได้ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน และช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าค่าครองชีพและกำลังซื้อของชาวต่างประเทศมีมากกว่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทำให้โรงพยาบาลเอกชนบางแห่งหันมาสนใจลูกค้าชาวต่างประเทศเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่ำนั้น มีโอกาสในการท่องเที่ยวน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง มีกำลังซื้อสูง ซึ่งกลุ่ม นี้มีโอกาสท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ตลอดปี แต่เมื่อเข้าสู่ช่วงนอกฤดูกาล (Low Season) ท่องเที่ยว เป็นช่วงเดียวกับการเก็บข้อมูล ราคาผลิตภัณฑ์ การบริการ ค่าที่พัก และค่าครองชีพอื่นๆ ถูกมองอย่างเห็นได้ชัด ถูกมองว่าต่ำตัว ทำให้ผลการวิจัยที่ออกมาพบว่า

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำคือกลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และนั่นคือ โอกาสที่จะออกมาหรือช่วยโอกาสท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเรียบร้อยแล้ว ดังนั้นในส่วนต่อไปเป็นการนำเสนอข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.11 แสดงวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต แยกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

| วิธีการเดินทางของ นักท่องเที่ยว | จำนวนนักท่องเที่ยว (คน) | | | |
|------------------------------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | ชาวไทย | ร้อยละ | ชาวต่างประเทศ | ร้อยละ |
| ซื้อแพคเกจทัวร์ | 32 | 8.20 | 225 | 59.50 |
| เดินทางมาด้วยตนเอง | 296 | 75.50 | 137 | 36.30 |
| อื่นๆ | 64 | 16.30 | 16 | 4.20 |
| รวม | 392 | 100.00 | 378 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.11 วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยวข้างต้นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาด้วยตนเองมากกว่าที่จะซื้อแพคเกจทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 75.50 และ ร้อยละ 8.20 ตามลำดับ ส่วนวิธีการเดินทางอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 16.30 ได้แก่ เดินทางมากับเพื่อนซึ่งเป็นคนในพื้นที่ หรือมากับครอบครัว เป็นต้น

นักท่องเที่ยวบางรายที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จากการที่บริษัทของตนเองทำงานอยู่นั้นจัดให้มีการท่องเที่ยว โดยซื้อแพคเกจจากบริษัทนำเที่ยว หากวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเขตภูมิภาคที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด กับวิธีการเดินทางที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้นิยมเดินทางมาด้วยตนเองมากกว่า ในกรณีนี้สามารถสรุปเหตุผลสำคัญได้หลายประการด้วยกัน เช่น ระยะเวลา ความใกล้ชิด ความคุ้นเคยเชิงพื้นที่และวัฒนธรรม ภาษา หรือแม้แต่เรื่องอาหารการกินต่างๆ ล้วนแต่มีความสอดคล้องกันทั้งสิ้น

จึงทำให้โรงพยาบาลที่มีนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตเองนั้นหันมาศึกษาตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มดังกล่าวอย่างจริงจัง เพื่อหาวิธีการทำอย่างไร

จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมเดินทางมาด้วยตนเอง เปลี่ยนพฤติกรรมการเดินทางมาใช้บริการนำเที่ยว รู้สึกถึงความไว้เนื้อเชื่อใจ ความมั่นใจ ได้รับการอำนวยความสะดวกอย่างเต็มที่ ประหยัด และปลอดภัย หรือทางโรงพยาบาลจะวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดบริการ (Service Marketing) อย่างไรที่จะมาสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมาย ขยายตลาดผู้บริโภค รองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น เลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตโดยการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ถึงร้อยละ 59.50 เลือกวิธีที่จะเดินทางมาด้วยตนเอง ร้อยละ 36.30 และเลือกวิธีอื่นๆ ร้อยละ 4.20

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนวันท่องเที่ยวพักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

| จำนวนวันที่พักผ่อนในจังหวัดภูเก็ต (วัน) | จำนวนนักท่องเที่ยว | | | |
|---|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| | ชาวไทย | ร้อยละ | ชาวต่างประเทศ | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 3 วัน | 152 | 38.80 | 84 | 22.20 |
| 4-7 | 150 | 38.30 | 133 | 35.20 |
| 8-15 | 45 | 11.50 | 99 | 26.20 |
| 16-30 | 8 | 2.00 | 32 | 8.50 |
| มากกว่า 1 เดือน | 37 | 9.40 | 30 | 7.90 |
| รวม | 392 | 100.00 | 378 | 100.00 |

การเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ตินั้น หากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ใช้เวลาอยู่ในจังหวัดภูเก็ตต่ำกว่า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 38.80 ซึ่งเป็นจำนวนใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่พักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ติด้านาน 4-7 วัน ร้อยละ 38.30 รองลงมาได้แก่ 8-15 วัน ร้อยละ 11.50 และร้อยละ 9.40 ในกลุ่มที่พักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ติด้านานมากกว่า 1 เดือน

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมเดินทางมาพักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ติด้านานที่สุดคือ 4-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 35.20 รองลงมาได้แก่ พักผ่อนในจังหวัดภูเก็ติด้านาน 8-15 วัน ร้อยละ 26.20 และร้อยละ 22.20 คือกลุ่มตัวอย่างที่พักผ่อนในจังหวัดภูเก็ติด้านาน ต่ำกว่า 3 วัน

ตาราง 4.13 แสดงเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของผู้ใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

| เหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต | จำนวนคำตอบ (ชาวไทย) | ร้อยละ ของ 768 คำตอบ | จำนวนคำตอบ (ชาวต่างประเทศ) | ร้อยละ ของ 608 คำตอบ |
|---|---------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|
| การโฆษณา/ การประชาสัมพันธ์ | 82 | 10.70 | 110 | 18.10 |
| ได้รับการบอกกล่าวจากบุคคลอื่น | 141 | 18.40 | 142 | 23.40 |
| เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง | 266 | 34.60 | 125 | 20.50 |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน | 77 | 10.00 | 69 | 11.30 |
| มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ | 134 | 17.40 | 93 | 15.30 |
| ค่าเงิน/ ค่าครองชีพ | 30 | 3.90 | 37 | 6.10 |
| อื่นๆ | 38 | 4.90 | 32 | 5.30 |
| รวม | 768 | 100.00 | 608 | 100.00 |

ความได้เปรียบของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดภูเก็ต เป็นเหตุจูงใจหรือปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางมาใช้บริการของโรงพยาบาล ถึงร้อยละ 34.60 .เหตุจูงใจอันดับรองลงมา ร้อยละ18.40 ได้แก่ การบอกปากต่อปากจากบุคคลอื่นที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ทำให้อยากมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ้าง ส่วนเหตุจูงใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจนั้นเป็นอีกประการหนึ่งที่ส่งผลในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 17.40 เช่น การดำน้ำ ล่องเรือ.เคนนู ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น

เหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต เกิดจากการบอกเล่าต่อกันไป การบอกกล่าวจากบุคคลอื่นที่เคยรู้สึกประทับใจจังหวัดภูเก็ตมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 23.40 รองลงมาได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 20.50 ส่วนการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ก็ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รับประทานอาหารและส่งผลต่อการตัดสินใจได้เช่นกัน ถึงร้อยละ 18.10 และร้อยละ 15.30 ได้แก่ กิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ

ผลการศึกษาวิจัยจากการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ สอดคล้องกับแนวทางด้านการตลาดของโรงพยาบาลบางแห่งในจังหวัด

ภูเก็ต จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการโรงพยาบาลสิริโรจน์¹ กล่าวว่า “โรงพยาบาลมีนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ไม่ใช่ในนโยบายหลักทางการตลาด เพราะฉะนั้นเรายัง**ไม่มีการทำการตลาดเชิงรุก** อาศัยการบอกปากต่อปากมากกว่า เช่นเดียวกับสื่อที่เดินเข้ามาหาเราจากลักษณะเดียว ทราบข่าวจากการบอกต่อ สื่อจึงสนับสนุนประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลให้เราเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก”

จากเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตดังรายละเอียดจากตารางที่ 4.13 นั้น เป็นเพียงการรายงานผลในภาพรวมเท่านั้น แต่หากผู้วิจัยต้องการเปรียบเทียบจากหลายตัวแปรเพื่อให้เห็นภาพของนักท่องเที่ยวต่องานบริการด้านสุขภาพของโรงพยาบาลชัดเจนขึ้น สามารถดูได้จากตารางที่ 4.14-4.16 โดยผู้วิจัยกำหนดตัวแปรในการวิเคราะห์ 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรเขตภูมิภาค, ตัวแปรด้านอาชีพ และตัวแปรเรื่องรายได้ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ลักษณะหรือองค์ประกอบพื้นฐานนี้จะโยงไปสู่การวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นลูกค้ากลุ่มสำคัญของโรงพยาบาลได้

¹ อนุรักษ์ ธารสิริโรจน์. 2547. (10 เมษายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลสิริโรจน์. สัมภาษณ์.

ตาราง 4.14 แสดงเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของผู้ใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามเขตภูมิภาค

| เหตุจูงใจ | จัดลำดับเหตุจูงใจแบ่งตามเขตภูมิภาค ¹ | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|-------|------------|---------|---------|----------------------------|--------|------|-------|---------|----------|-----|---------------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | ชาวไทย | | | | | | |
| | เอเชีย | ยุโรป | ออสเตรเลีย | แอฟริกา | อเมริกา | คิดเป็นร้อยละ ² | เหนือ | กลาง | อีสาน | ตะวันตก | ตะวันออก | ใต้ | คิดเป็นร้อยละ |
| การโฆษณา/ การประชาสัมพันธ์ | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 29.70 | 6 | 2 | 5 | 1 | 3 | 4 | 20.90 |
| ได้รับการบอกกล่าวจากบุคคลอื่น | 2 | 3 | 1 | 5 | 4 | 38.40 | 2 | 5 | 6 | 1 | 3 | 4 | 36.00 |
| เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง | 5 | 2 | 1 | 3 | 4 | 33.80 | 4 | 2 | 1 | 6 | 5 | 3 | 67.90 |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน | 5 | 2 | 4 | 1 | 3 | 18.60 | 5 | 3 | 2 | - | 4 | 1 | 19.60 |
| มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ | 3 | 5 | 4 | 1 | 2 | 25.10 | 5 | 2 | 1 | 6 | 3 | 4 | 34.20 |
| ค่าเงิน/ ค่าครองชีพ | 5 | 3 | 2 | 1 | 4 | 10.00 | 3 | 5 | 2 | 4 | - | 1 | 7.70 |
| อื่นๆ | 4 | 2 | 5 | 1 | 3 | 8.60 | 3 | 4 | 2 | 1 | 5 | 6 | 9.70 |

¹ หมายเหตุ : ลำดับที่ 1 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินิภาคนั้นเลือกตอบมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1, ลำดับที่ 2 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินิภาคนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 2, ลำดับที่ 3 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินิภาคนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 3, ลำดับที่ 4 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินิภาคนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 4, ลำดับที่ 5 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินิภาคนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 5, และลำดับที่ 6 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินิภาคนั้นเลือกตอบมากเป็น อันดับที่ 6 (เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย)

² หมายเหตุ : อัตราส่วนร้อยละ หมายถึง การคำนวณจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกตอบเหตุจูงใจในแต่ละข้อ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตาราง 4.15 แสดงเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตของผู้ใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามอาชีพ

| เหตุจูงใจ | จัดลำดับเหตุผลแบ่งตามอาชีพ | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------------------|--------------|---------------|--------------------|--------------|----------------|-------|----------------------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|--------------|----------------|-------|---------------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | | | ชาวไทย | | | | | | | |
| | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/ นักศึกษา | วิชาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | คิดเป็นร้อยละ ¹ | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/ นักศึกษา | วิชาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | คิดเป็นร้อยละ |
| การโฆษณา/ การประชาสัมพันธ์ | 3 | 2 | 4 | 1 | 6 | 7 | 5 | 29.60 | 3 | 1 | 5 | 2 | 4 | 7 | 6 | 20.90 |
| ได้รับการบอกกล่าวจากบุคคลอื่น | 1 | 3 | 4 | 6 | 2 | 7 | 5 | 38.60 | 3 | 4 | 2 | 6 | 5 | 1 | 1 | 36.00 |
| เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง | 6 | 2 | 3 | 5 | 4 | 7 | 1 | 33.70 | 2 | 4 | 6 | 1 | 3 | 7 | 5 | 67.90 |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน | 5 | 3 | 3 | 6 | 4 | 1 | 2 | 18.60 | 3 | 4 | 2 | 5 | 6 | 1 | 7 | 19.60 |
| มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ | 3 | 6 | 5 | 4 | 1 | 4 | 2 | 25.50 | 3 | 6 | 5 | 1 | 4 | 7 | 2 | 34.20 |
| ค่าเงิน/ ค่าครองชีพ | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 6 | 7 | 9.90 | 6 | 3 | 2 | 5 | 1 | 4 | 4 | 7.70 |
| อื่นๆ | 7 | 4 | 6 | 2 | 3 | 1 | 5 | 8.20 | 1 | 4 | 3 | 6 | 1 | 5 | 2 | 9.70 |

¹ หมายเหตุ : อัตราส่วนร้อยละ หมายถึง การคำนวณจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกตอบเหตุจูงใจในแต่ละข้อ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตาราง 4.16 แสดงเหตุจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของผู้ใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพฯ แบ่งตามรายได้ต่อเดือน

| เหตุจูงใจ | จัดลำดับเหตุจูงใจแบ่งตามรายได้ (บาท/เดือน) ¹ | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | ชาวไทย | | | | | |
| | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | คิดเป็นร้อยละ ² | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | คิดเป็นร้อยละ |
| การโฆษณา/ การประชาสัมพันธ์ | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 29.60 | 2 | 3 | 4 | 1 | - | 20.90 |
| ได้รับการบอกกล่าวจากบุคคลอื่น | 2 | 5 | 4 | 3 | 1 | 31.90 | 5 | 3 | 4 | 2 | 1 | 36.00 |
| เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง | 5 | 4 | 2 | 1 | 3 | 33.00 | 3 | 4 | 1 | 2 | 5 | 67.90 |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน | - | 2 | 4 | 1 | 3 | 19.30 | 2 | 4 | 3 | 1 | 5 | 19.60 |
| มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ | 5 | 4 | 1 | 3 | 2 | 25.00 | 2 | 4 | 3 | 5 | 1 | 34.20 |
| ค่าเงิน/ ค่าครองชีพ | 1 | 3 | 5 | 4 | 2 | 10.30 | 4 | 5 | 3 | 2 | 1 | 7.70 |
| อื่นๆ | - | 4 | 2 | 3 | 1 | 8.90 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 9.70 |

¹ หมายเหตุ: ลำดับที่ 1 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมิกษณณั้นเลือกตอบมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1, ลำดับที่ 2 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมิกษณณั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 2, ลำดับที่ 3 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมิกษณณั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 3, ลำดับที่ 4 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมิกษณณั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 4, ลำดับที่ 5 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมิกษณณั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 5, และลำดับที่ 6 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมิกษณณั้นเลือกตอบมากเป็น อันดับที่ 6 (เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย)

² หมายเหตุ: อัตราส่วนร้อยละ หมายถึง การคำนวณจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกตอบเหตุจูงใจในแต่ละข้อ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.14-4.16 ผู้วิจัยจะสรุปภาพความสัมพันธ์ระหว่างเหตุจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต กับตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ เขตภูมิภาค อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเลือกวิเคราะห์เพียงเหตุจูงใจที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมาก 2 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ

การบอกกล่าวจากบุคคลอื่น ตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะในเขตภูมิภาคออสเตรเลีย เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตด้วยเหตุจูงใจจากการบอกกล่าวแบบปากต่อปาก หรือจากบุคคลที่เคยมาสัมผัสแล้วเกิดความประทับใจ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุด เป็นลำดับที่ 1 ส่วนลำดับที่ 2 ได้แก่ เขตภูมิภาคเอเชีย และแถบยุโรป ตามลำดับ เช่นเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการและวิชาชีพอิสระ

ภูเก็ต...สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง แสดงถึงข้อได้เปรียบอย่างชัดเจนว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นสวรรค์แดนใต้ ที่หลายคนใฝ่ฝันและต้องการมาเที่ยวมาพักผ่อนหย่อนใจท่ามกลางธรรมชาติแห่งท้องทะเลที่สวยงาม เป็นที่เลื่องลือไปไกลทั่วทุกมุมโลก แต่เหตุจูงใจดังกล่าวมิใช่ประเด็นสำคัญประเด็นเดียวที่ช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ยังมีปัจจัยอื่นๆอีกมากมายที่ช่วยสนับสนุนให้จังหวัดภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และอยากจะมาสัมผัสกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีรายได้ต่อเดือน อยู่ในช่วงประมาณ 30,001-50,000 บาท แสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องกับประเด็นดังกล่าวข้างต้น มีจำนวนผู้ตอบคำถามมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย

ภูเก็ต...สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทยมีความคิดเห็นตรงกันในทุกตัวแปร พบว่าการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งนอกเหนือจากการดูแลสุขภาพในโรงพยาบาลแล้ว ยังต้องการมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและพักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ด้วยเหตุจูงใจที่ว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่นเดียวกันกับกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ

การได้รับการบอกกล่าวจากบุคคลอื่น เป็นอีกเหตุจูงใจหนึ่งที่สำคัญ ต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นเหตุจูงใจที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 2

นอกเหนือจากโปรแกรมการบริการด้านสุขภาพแล้ว เวลาส่วนใหญ่ที่เหลือคือกิจกรรมการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียง ที่สามารถผนวกเข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ ความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความคิดเห็น ความต้องการ ที่สอดคล้องกัน ได้แก่ต้องการที่จะท่องเที่ยวโดยทั่วไป เช่น ชื่นชมกับความสวยงามของทะเล หาดทราย สายลม แสงแดด และธรรมชาติที่บริสุทธิ์, การแสดง ,แสง สี เสียง และความบันเทิงทางวัฒนธรรมอื่นๆ ตามมาด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism)

ตาราง 4.17 แสดงงบประมาณเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

| งบประมาณ (บาท) | จำนวน (ชาวไทย) | ร้อยละ | จำนวน (ชาวต่างประเทศ) | ร้อยละ |
|----------------|----------------|---------------|-----------------------|---------------|
| ต่ำกว่า 10,000 | 223 | 59.40 | 25 | 6.60 |
| 10,001-15,000 | 110 | 28.10 | 51 | 13.50 |
| 15,001-30,000 | 36 | 9.20 | 103 | 27.20 |
| 30,001-50,000 | 9 | 2.30 | 130 | 34.40 |
| มากกว่า 50,000 | 4 | 1.00 | 69 | 18.30 |
| รวม | 392 | 100.00 | 378 | 100.00 |

ในตารางที่ 4.17 แสดงการจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทย จะมีส่วนสัมพันธ์ เชื่อมโยงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ดังตารางที่ 4.10 เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด ฉะนั้นงบประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อการนี้จึงสอดคล้องกัน คิดเป็นร้อยละ 59.40 รองลงมาได้แก่ ช่วงงบประมาณ 10,001-15,000 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 28.10 และ ร้อยละ 9.20 ช่วงงบประมาณ 15,001-30,000 บาทต่อครั้ง

ส่วนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าหลักที่มีรายได้และกำลังซื้อสูงนั้น ได้จัดสรรงบประมาณการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้มากที่สุด 30,001-50,000 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 34.40 รองลงมาได้แก่ ช่วงงบประมาณที่ 15,001-30,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.20 และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ช่วงงบประมาณ มากกว่า 50,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.30 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาลอย่าง

ตาราง 4.18 แสดงประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวเคยใช้บริการ แบ่งตามเขตภูมิภาค

| ประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | จัดลำดับประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามเขตภูมิภาค | | | | | | | | | | | | |
|--|--|-------|------------|---------|---------|--------|--------|------|-------|---------|----------|-----|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | ชาวไทย | | | | | | |
| | เอเชีย | ยุโรป | ออสเตรเลีย | แอฟริกา | อเมริกา | ร้อยละ | เหนือ | กลาง | อีสาน | ตะวันตก | ตะวันออก | ใต้ | ร้อยละ |
| นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | 2 | 4 | 3 | 1 | 5 | 63.30 | 3 | 4 | 2 | 1 | 6 | 5 | 16.80 |
| เมดิคอล สปา | 1 | 2 | 3 | - | 4 | 18.90 | - | 3 | 1 | - | - | 2 | 6.10 |
| สุขภาพและความงาม | 4 | 3 | 2 | - | 1 | 20.20 | 2 | 1 | 6 | 5 | 3 | 4 | 9.40 |
| ตรวจสุขภาพ | 4 | 3 | 1 | - | 2 | 3.50 | 6 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 15.60 |
| การรักษา (ทำฟัน, ล้างสารพิษ ฯลฯ) | 4 | 1 | 2 | - | 3 | 8.10 | 2 | 4 | 3 | 1 | - | 5 | 7.40 |
| ผ้าตัด/ ศัลยกรรมตกแต่ง | 4 | 3 | 1 | - | 2 | 3.00 | - | 4 | 2 | 1 | - | 2 | 2.30 |
| การใช้บริการอื่นๆ | 3 | 2 | 4 | - | 1 | 3.20 | - | - | - | - | - | 1 | 1.00 |

ตาราง 4.19 แสดงประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวเคยใช้บริการ แบ่งตามอาชีพ

| ประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | จัดลำดับประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามอาชีพ | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--------------|---------------|-------------------|--------------|----------------|-------|--------|-----------|--------------|---------------|-------------------|--------------|----------------|-------|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | | | ชาวไทย | | | | | | | |
| | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | วิชาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | ร้อยละ | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | วิชาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | ร้อยละ |
| นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 6 | 63.60 | 4 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 6 | 16.80 |
| เมดิคอลสปา | 3 | 4 | 2 | 5 | 7 | 6 | 1 | 19.20 | 2 | 6 | 4 | 3 | 1 | - | 5 | 6.10 |
| สุขภาพและความงาม | 6 | 5 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 20.50 | 4 | 2 | 5 | 7 | 1 | 6 | 3 | 9.40 |
| ตรวจสุขภาพ | 5 | - | 6 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3.60 | 5 | 2 | 4 | 7 | 1 | 6 | 3 | 15.60 |
| การรักษา (ทำฟัน, ล้างสารพิษ ฯลฯ) | 3 | 5 | 2 | - | 4 | 1 | 5 | 8.20 | 4 | 2 | 3 | 6 | 1 | - | 5 | 7.40 |
| ผ้าตัด/ คัลยกรรม ตกแต่ง | 3 | - | 2 | 1 | 4 | - | 5 | 3.00 | - | 1 | 2 | 4 | - | - | 3 | 2.30 |
| การใช้บริการอื่นๆ | 1 | 5 | 2 | - | 3 | - | 4 | 3.00 | - | 2 | 1 | - | - | - | - | 1.00 |

ตาราง 4.20 แสดงประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวเคยใช้บริการ แบ่งตามรายได้ต่อเดือน

| ประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | จัดลำดับประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งตามรายได้ต่อเดือน | | | | | | | | | | | |
|--|---|---------------|---------------|---------------|----------------|--------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | ชาวไทย | | | | | | |
| | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | ร้อยละ | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | ร้อยละ |
| นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | 2 | 1 | 5 | 4 | 3 | 65.10 | 4 | 5 | 2 | 1 | 3 | 16.80 |
| เมดิคอล สปา | 4 | 5 | 3 | 1 | 2 | 19.40 | 5 | 3 | 2 | 4 | 1 | 6.10 |
| สุขภาพและความงาม | 4 | 2 | 1 | 3 | 5 | 20.60 | 4 | 3 | 2 | 5 | 1 | 9.40 |
| ตรวจสุขภาพ | - | - | 2 | 1 | 3 | 3.70 | 3 | 5 | 4 | 2 | 1 | 15.60 |
| การรักษา (ทำฟัน, ล้างสารพิษ ฯลฯ) | - | 4 | 3 | 1 | 2 | 8.60 | 5 | 3 | 4 | 2 | 1 | 7.40 |
| ผ้าตัด/ ศัลยกรรม ตกแต่ง | - | - | 1 | 2 | 3 | 3.10 | 4 | 3 | - | 2 | 1 | 2.30 |
| การใช้บริการอื่นๆ | - | 1 | 4 | 2 | 3 | 3.10 | - | 1 | - | - | - | 1.00 |

จากตารางที่ 4.18-4.20 ผู้วิจัยจะสรุปภาพความสัมพันธ์ระหว่างประเภทหรือผลิตภัณฑ์การบริการของโรงพยาบาลเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต กับตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ เขตภูมิภาค อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเลือกวิเคราะห์เพียงประเภทหรือผลิตภัณฑ์การบริการที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 2 อันดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ

นวดแผนไทย ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังให้ความสนใจการนวดแผนไทยเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตภูมิภาคแถบแอฟริกา เอเชีย และ

ออสเตรเลีย ส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสนใจและนิยมเดินทางมาใช้บริการ ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่รับราชการ พนักงานในหน่วยงานเอกชนหรือแม้แต่กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุราชการหรือว่างงาน

แต่การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงรายได้ 10,001-15,000 บาท ต่อเดือน มักมาใช้บริการนวดแผนไทยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ช่วงรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต่อเดือน และช่วงรายได้ มากกว่า 50,000 บาท ต่อเดือนก็หันมาใช้บริการด้วยเช่นกัน

จากการศึกษาพบว่า ชาวออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ นิยมการใช้บริการแพทย์แผนไทยหรือนวดแผนไทย โดยเฉพาะการนวดฝ่าเท้า (Foot Massage) เกิดความประทับใจ และความพึงพอใจในการบริการมาก

โปรแกรมเพื่อสุขภาพอื่น ๆ ที่กำลังได้รับความนิยม คือ **แพทย์ทางเลือก** การใช้บริการคลินิกฝังเข็ม (Acupuncture Clinic)¹ โดยศาสตร์ทางการแพทย์ของชาวจีน เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตสามารถให้บริการได้ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางจังหวัดภูเก็ต เช่น แคนาดา อเมริกา และกลุ่มสแกนดิเนเวีย เช่น สวีเดน สนใจการฝังเข็มเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง สมบูรณ์ สดใส และรักษาโรคที่แพทย์แผนปัจจุบันไม่สามารถรักษาให้หายขาดได้ เช่น อัมพฤกษ์ ปวดเข่า ปวดศีรษะบ่อยๆ เป็นต้น

สุขภาพและความงาม นักท่องเที่ยวที่มาจากเขตภูมิภาคแถบอเมริกา ออสเตรเลีย และยุโรป ตามลำดับ เคยมาใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ส่วนกลุ่มอาชีพที่สนใจเรื่องสุขภาพและความงามมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุราชการหรือว่างงาน รองลงมาได้แก่ นักเรียน นักศึกษา และ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการด้านสุขภาพและความงาม คือ กลุ่มช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาท ต่อเดือน รองลงมา ได้แก่ 10,001-15,000 บาท ต่อเดือน และ 30,001-50,000 บาท ต่อเดือน ตามลำดับ

¹ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในบทที่ 4

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย

นวดแผนไทย เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศที่สนใจและนิยมใช้บริการนวดแผนไทยของโรงพยาบาล กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาจากภาคตะวันตก เช่น กาญจนบุรี ตาก ราชบุรี นครปฐม ประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น เคยใช้บริการเพื่อสุขภาพนวดแผนไทยมากที่สุด ตามด้วย เขตภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระที่นิยมนวดแผนไทย เช่น มัคคุเทศก์ แพทย์ ทยายความ รongลงมาได้แก่ กลุ่มผู้เกษียณราชการหรือว่างงาน และพนักงานในหน่วยงานเอกชน ตามลำดับ

ประเด็นที่น่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเพื่อสุขภาพของโรงพยาบาล คือ กลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ช่วงรายได้ประมาณ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นแนวทางด้านการตลาดท่องเที่ยวที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ โดยเฉพาะการทำงานด้านการท่องเที่ยวร่วมกับโรงพยาบาล ฉะนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเน้นการตลาดเฉพาะกลุ่มผู้สนใจในสุขภาพของตนเองเท่านั้น ในช่วงแรก ถือเป็นโปรแกรมที่ไม่มีความจำเป็นมากนัก

ตรวจสอบสุขภาพ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก ให้ความสนใจต่อสุขภาพของตนเอง นอกเหนือจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแล้ว โปรแกรมการตรวจสุขภาพประจำปีก็ยังคงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างที่ใส่ใจในการตรวจสุขภาพประจำปี ได้แก่ ผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระ พนักงานในหน่วยงานเอกชน และ กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอื่นๆ

กลุ่มผู้ใช้บริการโปรแกรมตรวจสุขภาพมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน และโปรแกรมการตรวจสุขภาพยังขยายไปสู่ผู้รักสุขภาพ กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนอีกด้วย

William Fredrick Tice¹ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา ประกอบอาชีพพนักงานในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ติดตามข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยผ่านการแนะนำจากเจ้าที่สถานทูต และก่อนหน้านั้นเคยมาใช้บริการสุขภาพและความงามของโรงพยาบาลเอกชน พบว่า

¹ William Fredrick Tice, 2547. (16 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.

ตนเองรู้สึกพึงพอใจในการบริการของโรงพยาบาลเป็นอันดับแรก ในเรื่องราคาไม่ใช่เหตุผลสำคัญ และคิดว่าอีก 2 ปีข้างหน้าจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง โดยครั้งนี้มาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่ 4 แล้ว มาพักผ่อนที่ประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตประมาณ 7 วัน

Shai malul นักท่องเที่ยวชาวอิสราเอล¹ เคยใช้บริการเพื่อสุขภาพของผลิตภัณฑ์ เมดิคอล สปา (Medical Spa) และนวดแผนไทย (Thai Massage) และเกิดความพึงพอใจด้านการบริการ อีกทั้งผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสนใจจะใช้บริการอื่นๆเพิ่มเติม เช่น บริการเพื่อสุขภาพและความงาม โดยการมาจังหวัดภูเก็ตครั้งนี้นักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยตนเอง จากการศึกษาข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต และการจัดแสดงสินค้า (Tourism Exhibition)

ตาราง 4.21 แสดงการกลับมาใช้บริการหรือการบอกต่อของกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

| การกลับมาใช้บริการหรือการบอกต่อ | จำนวน (ชาวไทย) | ร้อยละ | จำนวน (ชาวต่างประเทศ) | ร้อยละ |
|---------------------------------|----------------|---------------|-----------------------|---------------|
| แน่นอน | 348 | 88.80 | 266 | 70.40 |
| ไม่กลับมาแน่นอน/ ไม่มีการบอกต่อ | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 |
| ไม่แน่ใจ | 44 | 11.20 | 112 | 29.60 |
| รวม | 392 | 100.00 | 378 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทั้งชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 88.80 และชาวต่างประเทศ ร้อยละ 70.40 พร้อมทั้งจะกลับมาใช้บริการเพื่อสุขภาพของโรงพยาบาลและยินดีที่จะบอกกล่าวให้กับบุคคลอื่นได้ทราบถึงข้อมูลข่าวสาร ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ และสาธารณูปโภคอื่นๆ ที่ทางโรงพยาบาลสามารถอำนวยความสะดวกให้ได้ อีกทั้งประการสำคัญคือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดภูเก็ตจะเป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางหลังไหลมาใช้บริการการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพได้มากขึ้นในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า

¹ Shai malul, 2547. (4 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.

ข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับข้อค้นพบของโรงพยาบาลที่ทำการสำรวจกลุ่มลูกค้าของโรงพยาบาล ที่มาใช้บริการเพื่อสุขภาพ เพราะเหตุผลที่ลูกค้าเลือกที่จะเข้ามาใช้บริการเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารแบบปากต่อปาก และลูกค้าเองเชื่อถือแพทย์หรือนุคลากรผู้เชี่ยวชาญพิเศษเป็นผู้ดูแลอย่างใกล้ชิด ร้อยเปอร์เซ็นต์ของลูกค้าจะกลับมาใช้บริการและแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการด้วย

ด้านนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ไม่แน่ใจว่าจะได้กลับมาอีกหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับโอกาสและความเป็นไปได้ ซึ่งถือเป็นปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) อีกทั้งเรื่องสถานการณ์ (Situation) ต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบกับการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามภาครัฐและคณะผู้บริหารการตลาดของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ยังต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้หาแนวทางร่วมกันเพื่อป้องกันและแก้ปัญหา ทั้งปัญหาจากภายนอกที่เข้ากระทบ และปัญหาภายใน เช่น ความรู้สึกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวเอง เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น ความมั่นใจ รู้สึกปลอดภัย และก่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

จากตารางที่ 4.22-4.24 ผู้วิจัยจะสรุปภาพความสัมพันธ์ระหว่างการจัดลำดับของเหตุผลหลักในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต กับตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ เขตภูมิภาค อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเลือกวิเคราะห์เพียงเหตุผลหลักในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 2 อันดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 4.22 แสดงการจัดลำดับเหตุผลหลักในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามเขตภูมิภาค

| เหตุผลหลัก | จัดลำดับเหตุผลหลักแบ่งตามเขตภูมิภาค ¹ | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|--|-------|------------|---------|---------|--------|--------|------|-------|---------|----------|-----|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | ชาวไทย | | | | | | |
| | เอเชีย | ยุโรป | ออสเตรเลีย | แอฟริกา | อเมริกา | ร้อยละ | เหนือ | กลาง | อีสาน | ตะวันตก | ตะวันออก | ใต้ | ร้อยละ |
| สถานที่ | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 76.40 | 3 | 5 | 1 | 2 | 6 | 4 | 31.10 |
| ผลิตภัณฑ์/ การบริการ | 3 | 2 | 4 | 5 | 1 | 75.60 | 5 | 2 | 3 | 1 | 6 | 4 | 25.50 |
| ราคา | 4 | 5 | 2 | 3 | 1 | 72.00 | 4 | 2 | 5 | 1 | 6 | 3 | 18.40 |
| การส่งเสริมการขาย | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 47.60 | 3 | 2 | 4 | 1 | 5 | 4 | 13.50 |
| อื่นๆ | - | 3 | 2 | 1 | - | 3.90 | - | 2 | - | - | 1 | 3 | 1.00 |

¹หมายเหตุ : ลำดับที่ 1 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินาคนั้นเลือกตอบมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1, ลำดับที่ 2 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินาคนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 2, ลำดับที่ 3 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินาคนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 3, ลำดับที่ 4 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินาคนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 4, ลำดับที่ 5 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินาคนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 5, และลำดับที่ 6 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในเขตภูมินาคนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 6 (เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย)

ตาราง 4.23 แสดงการจัดลำดับเหตุผลหลักในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

| เหตุผลหลัก | จัดลำดับเหตุผลแบ่งตามอาชีพ ¹ | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|---|--------------|---------------|-------------------|------------|----------------|-------|--------|-----------|--------------|---------------|-------------------|------------|----------------|-------|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | | | ชาวไทย | | | | | | | |
| | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | วิเศษอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | ร้อยละ | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | วิเศษอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | ร้อยละ |
| สถานที่ | 4 | 2 | 3 | 7 | 5 | 6 | 1 | 76.60 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1 | 2 | 7 | 31.10 |
| ผลิตภัณฑ์/การบริการ | 7 | 1 | 5 | 4 | 6 | 2 | 3 | 75.20 | 3 | 1 | 2 | 4 | 5 | 6 | 7 | 25.50 |
| ราคา | 7 | 5 | 3 | 4 | 6 | 2 | 1 | 72.10 | 1 | 3 | 4 | 6 | 2 | 5 | 7 | 18.40 |
| การส่งเสริมการขาย | 6 | 2 | 3 | 7 | 4 | 5 | 1 | 47.60 | 1 | 3 | 2 | 5 | 4 | 6 | 7 | 13.50 |
| อื่นๆ | 2 | 5 | 3 | - | 1 | - | 4 | 4.00 | 1 | - | 2 | 2 | - | - | 2 | 0.30 |

ตาราง 4.24 แสดงการจัดลำดับเหตุผลหลักในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

| เหตุผลหลัก | จัดลำดับเหตุผลแบ่งตามรายได้ (บาท/เดือน) | | | | | | | | | | | |
|----------------------|---|---------------|---------------|---------------|----------------|--------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | ชาวไทย | | | | | |
| | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | ร้อยละ | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | ร้อยละ |
| สถานที่ | 5 | 4 | 3 | 1 | 2 | 75.70 | 4 | 5 | 3 | 2 | 1 | 31.10 |
| ผลิตภัณฑ์/ การบริการ | 5 | 4 | 1 | 2 | 3 | 74.60 | 4 | 2 | 3 | 1 | 5 | 25.50 |
| ราคา | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 71.00 | 4 | 3 | 1 | 2 | - | 18.40 |
| การส่งเสริมการขาย | 4 | 5 | 2 | 1 | 3 | 46.00 | 4 | 3 | 1 | 2 | - | 13.50 |
| อื่นๆ | - | 1 | 4 | 3 | 2 | 3.30 | 4 | 2 | 3 | 1 | - | 1.00 |

¹ หมายเหตุ : ลำดับที่ 1 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอาชีพนั้นเลือกตอบมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1. ลำดับที่ 2 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอาชีพนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 2. ลำดับที่ 3 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอาชีพนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 3. ลำดับที่ 4 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอาชีพนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 4. ลำดับที่ 5 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอาชีพนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 5. ลำดับที่ 6 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอาชีพนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 6 และลำดับที่ 7 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอาชีพนั้นเลือกตอบมากเป็นอันดับที่ 7

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ

สถานที่ (Place) การนำเสนอผลการวิจัยจาก ตารางที่ 4.22-4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจากเขตภูมิภาคแถบ ๕ อเมริกา แอฟริกา และออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น นายหน้า เกษตรกร ตัวแทนจำหน่าย รองลงมาได้แก่ พนักงานในหน่วยงานเอกชน และวิชาชีพอิสระ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะมีรายได้อยู่ในช่วงประมาณ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน และ ช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและการบริการ (Product) นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากเขตภูมิภาคแถบอเมริกา ยุโรป และเอเชีย รู้สึกพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและการบริการ (Product) จากเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ วิชาชีพอิสระ และ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนช่วงรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกตอบมากที่สุดได้แก่ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน

ยกตัวอย่างเช่น นักเรียน นักศึกษา ชาวอเมริกัน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้บริการสุขภาพและความงามของโรงพยาบาล และมีความพึงพอใจในราคาค่าบริการ ดังที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Richard John Wigham¹ นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ รู้สึกชื่นชอบในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต และที่สำคัญคือ ความน่ารัก และอัธยาศัยไมตรีของคนไทย เช่นเดียวกับ Faury Nicolas² นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส กล่าวว่า เป็นช่วงเวลาวันหยุดที่พิเศษที่สุดในจังหวัดภูเก็ต สถานที่ท่องเที่ยวสวยงามมาก ได้รับการบริการที่ดี ราคาค่าบริการน่าพอใจ ปีหน้าจะกลับมาอีกแน่นอน

Noma Lewis³ นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตด้วยตนเอง ครั้งนี้เป็นครั้งที่ 3 แล้ว รู้สึกพึงพอใจในราคาค่าบริการที่ถูกลงกว่าในประเทศอังกฤษ และได้รับการบริการที่ประทับใจ และต้องการได้รับการบริการรักษาที่ดีหากเกิดกรณีฉุกเฉิน

¹ Richard John Wigham. 2547. (9 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์

² Faury Nicolas. 2547. (9 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.

³ Noma Lewis. 2547 (9 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.

ส่วนนักท่องเที่ยวเขตภูมิภาคเอเชีย เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น ฮองกง ปากีสถาน สิงคโปร์ พึงพอใจในการบริการของเจ้าหน้าที่คนไทย และพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ตด้วย

เหตุผลอื่นที่ต่างออกไป เช่น ชาวฝรั่งเศส ที่ทำงานในโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในประเทศฝรั่งเศส สนใจในการส่งเสริมการขายของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต และได้เดินทางมาโดยผ่านบริษัทนำเที่ยว เช่นเดียวกับเพื่อนชาวสวีเดน

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย

สถานที่ (Place) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากที่สุด ได้แก่ จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก และ ภาคเหนือ เหตุผลสำคัญที่นักท่องเที่ยวจากเขตภูมิภาคดังกล่าวเลือกที่จะมาจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ธรรมชาติ หาดทะเล มีกิจกรรมต่างๆ ที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะประกอบอาชีพวิชาชีพอิสระ เกษียณอายุหรือว่างงาน และ ข้าราชการ ตามลำดับ มีรายได้อยู่ในช่วงประมาณ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน

ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการ (Product) ความพึงพอใจในการบริการของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ทำให้นักท่องเที่ยวจากภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานในหน่วยงานเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และข้าราชการ ซึ่งมีรายได้อยู่ที่ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

แม้ว่าเหตุผลในด้านราคาค่าบริการและการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศไม่ได้เลือกตอบเป็นอันดับ 1 และอันดับ 2 ก็ตาม แต่ก็ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญทางการตลาดที่ขาดไม่ได้ ต้องนำมาพิจารณาด้วยกันทุกเหตุผล

ตาราง 4.25 แสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามเขตภูมิภาค

| แหล่งข้อมูล ข่าวสาร | จัดลำดับแหล่งข้อมูลข่าวสาร | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------------------------|-------|------------|---------|---------|--------|--------|------|-------|---------|----------|-----|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | ชาวไทย | | | | | | |
| | เอเชีย | ยุโรป | ออสเตรเลีย | แอฟริกา | อเมริกา | ร้อยละ | เหนือ | กลาง | อีสาน | ตะวันตก | ตะวันออก | ใต้ | ร้อยละ |
| Internet | 2 | 4 | 5 | 3 | 1 | 51.90 | 5 | 2 | 6 | 1 | 4 | 3 | 14.00 |
| บริษัทนำเที่ยว | 1 | 3 | 2 | - | 4 | 34.70 | 6 | 2 | 5 | 1 | 4 | 3 | 10.20 |
| สื่อสิ่งพิมพ์ | 1 | 2 | 3 | - | 4 | 22.50 | 6 | 4 | 2 | 1 | 5 | 3 | 19.90 |
| งานแสดง สินค้า | 1 | 4 | 3 | - | 2 | 14.70 | 2 | 4 | - | 1 | - | 3 | 6.10 |
| สถานทูต/ กงสุล | 1 | 3 | 4 | - | 2 | 10.80 | - | - | - | - | - | - | - |
| การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 10.30 | 4 | 2 | 5 | 1 | 6 | 3 | 17.30 |
| อื่นๆ | 2 | 1 | 3 | - | - | 4.20 | 2 | 4 | 1 | - | 3 | 5 | 3.30 |

ตาราง 4.26 แสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามรายได้

| แหล่งข้อมูล ข่าวสาร | จัดลำดับแหล่งข้อมูลข่าวสาร | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|--------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | ชาวไทย | | | | | |
| | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | ร้อยละ | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | ร้อยละ |
| Internet | 5 | 4 | 1 | 2 | 3 | 51.60 | 4 | 2 | 3 | 1 | - | 14.00 |
| บริษัทนำเที่ยว | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 36.00 | 3 | 4 | 2 | 1 | - | 10.20 |
| สื่อสิ่งพิมพ์ | 5 | 3 | 4 | 2 | 1 | 23.30 | 2 | 3 | 1 | 4 | - | 19.90 |
| งานแสดงสินค้า | 3 | 2 | 1 | 4 | 5 | 15.30 | 4 | 2 | 3 | 1 | - | 6.10 |
| สถานทูต/ กงสุล | - | 3 | 2 | 1 | 3 | 11.50 | - | - | - | - | - | - |
| การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 10.90 | 4 | 5 | 3 | 1 | 2 | 17.30 |
| อื่นๆ | - | - | 3 | 2 | 1 | 4.40 | 3 | 4 | 1 | 2 | - | 3.30 |

ตาราง 4.27 แสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

| แหล่งข้อมูลข่าวสาร | จัดลำดับเหตุผลแบ่งตามอาชีพ | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------------------------|--------------|---------------|-------------------|--------------|----------------|-------|--------|-----------|--------------|---------------|-------------------|--------------|----------------|-------|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | | | ชาวไทย | | | | | | | |
| | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | วิชาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | ร้อยละ | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | วิชาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | ร้อยละ |
| Internet | 3 | 4 | 5 | 2 | 7 | 6 | 1 | 52.10 | 3 | 4 | 2 | 5 | 1 | 6 | 7 | 14.00 |
| บริษัทนำเที่ยว | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 6 | 5 | 35.20 | 3 | 4 | 2 | 5 | 1 | 6 | 6 | 10.20 |
| สื่อสิ่งพิมพ์ | 1 | 3 | 2 | 6 | 4 | 5 | 7 | 22.30 | 6 | 2 | 4 | 5 | 1 | 3 | 7 | 19.90 |
| งานแสดงสินค้า | 5 | 2 | 1 | 2 | 4 | - | 3 | 14.90 | 7 | 5 | 2 | 6 | 3 | 1 | 4 | 6.10 |
| สถานทูต/กงสุล | 3 | 1 | 2 | - | 5 | - | 4 | 11.00 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | 7 | 6 | 2 | 1 | 4 | 5 | 3 | 10.40 | 2 | 4 | 3 | 5 | 1 | 6 | 7 | 17.30 |
| อื่นๆ | - | 3 | 1 | - | 2 | - | 4 | 3.90 | 4 | - | 2 | 5 | - | 1 | 3 | 3.30 |

จากตารางที่ 4.25-4.27 ผู้วิจัยจะสรุปภาพความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต กับตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ เขตภูมิภาค อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเลือกวิเคราะห์เพียงแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 2 อันดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ

อินเตอร์เน็ต นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะเขตภูมิภาค แอบอเมริกา เอเชีย และแอฟริกา ใช้อินเตอร์เน็ตเป็นสื่อหลักในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่มาจากทุกมุมของโลก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ อื่นๆ เช่น นายหน้าซื้อขายที่ดิน เกษตรกร ตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น รองลงมา ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา และข้าราชการ มีรายได้อยู่ในช่วงประมาณ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

บริษัทนำเที่ยว เป็นอีกแหล่งข้อมูลข่าวสารหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเข้าถึงได้ง่าย ฉะนั้นนักท่องเที่ยวจากเขตภูมิภาคแถบเอเชีย เช่น ประเทศญี่ปุ่น เกาหลี จีน รองลงเขตภูมิภาคแถบออสเตรเลีย และยุโรป ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เป็นพนักงานในหน่วยงานเอกชน ข้าราชการ และประกอบวิชาชีพอิสระ มีรายได้อยู่ในช่วงมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน และ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย

สื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย มีแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ เช่น แผ่นพับ แผ่นปลิว จุลสาร วารสารเพื่อการท่องเที่ยว ไปรษณียบัตร เป็นต้น โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ มีอาชีพเป็นนักวิชาชีพอิสระ พนักงานหน่วยงานเอกชน และกลุ่มที่เกษียณอายุ รายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน และ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 ตามลำดับ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ถือเป็นอีกแหล่งข้อมูลหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ และส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จังหวัดภูเก็ตนั้น ได้แก่ ภาคตะวันตก ภาคกลาง และภาคใต้ ส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน และ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

ส่วนแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่นๆที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ เพื่อแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยได้ให้เหตุผลว่า มีเพื่อนซึ่งเป็นคนไทย หรือหากเดินทางมาพักผ่อนในจังหวัดภูเก็ตก็สามารถสอบถามหรือขอข้อมูลจากทางโรงแรมที่เข้าพักได้เลย และอีกกลุ่มหนึ่งได้รับข้อมูลข่าวสารจากโรงพยาบาลที่ตนเองเข้ารับการรักษาโรค และรับรู้ได้จากการโฆษณา และประชาสัมพันธ์

4.3.2 ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจและมีความต้องการใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ตามลักษณะตัวแปรด้านเขตภูมิภาค อาชีพ รายได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 4.28 แสดงความสนใจประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล แบ่งตามเขตภูมิภาค

| ประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | จัดลำดับประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งตามเขตภูมิภาค | | | | | | | | | | | | |
|--|---|-------|------------|---------|---------|---------|--------|------|-------|----------|-----|---------|-------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | ชาวไทย | | | | | | |
| | เอเชีย | ยุโรป | ออสเตรเลีย | แอฟริกา | อเมริกา | รัสเซีย | เหนือ | กลาง | อีสาน | ตะวันออก | ใต้ | รัสเซีย | |
| นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | 4 | 2 | 1 | - | 3 | 17.80 | 3 | 2 | 6 | 4 | 1 | 5 | 33.70 |
| เมดิคอล สปา | 2 | 1 | 4 | - | 3 | 17.80 | 2 | 4 | 3 | 1 | 6 | 5 | 31.10 |
| สุขภาพและความงาม | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 11.60 | 6 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 25.00 |
| ตรวจสุขภาพ | 3 | 2 | 1 | - | 4 | 7.00 | 1 | 4 | 3 | - | 2 | 5 | 17.90 |
| การรักษา (ทำฟัน, ล้างสารพิษ ฯ) | 4 | 3 | - | 1 | 2 | 4.30 | 2 | 6 | 3 | 1 | 4 | 5 | 9.20 |
| ผ้าตัด/ ศัลยกรรมตกแต่ง | 4 | 1 | 3 | - | 2 | 2.70 | 5 | 6 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4.30 |
| อื่นๆ | 5 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1.90 | 1 | - | - | - | - | 2 | 1.00 |

ตาราง 4.29 แสดงความสนใจประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล แบ่งตามอาชีพ

| ประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | จัดลำดับประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามอาชีพ | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--------------|---------------|-------------------|--------------|----------------|-------|--------|-----------|--------------|---------------|-------------------|--------------|----------------|-------|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | | | ชาวไทย | | | | | | | |
| | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | วิชาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | ร้อยละ | ข้าราชการ | พนักงานเอกชน | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | วิชาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน | อื่นๆ | ร้อยละ |
| นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | 4 | 1 | 3 | 5 | 6 | 2 | 7 | 17.80 | 1 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 2 | 33.70 |
| เมดิคอลสปา | 5 | 6 | 3 | 4 | 7 | 2 | 1 | 18.10 | 5 | 3 | 4 | 1 | 2 | 6 | 7 | 31.10 |
| สุขภาพและความงาม | 2 | 5 | 4 | 5 | 1 | 6 | 3 | 11.80 | 5 | 2 | 7 | 1 | 3 | 6 | 4 | 25.00 |
| ตรวจสุขภาพ | 5 | 3 | 4 | 2 | 6 | 1 | 1 | 7.10 | 1 | 4 | 5 | 7 | 6 | 3 | 2 | 17.90 |
| การรักษา (ทำฟัน, ล้างสารพิษ ฯลฯ) | - | 4 | 5 | - | 3 | 1 | 2 | 4.40 | 1 | 4 | 5 | 6 | 3 | 2 | 7 | 9.20 |
| ผ่าตัด/ ศัลยกรรมตกแต่ง | - | 4 | 3 | 1 | 6 | 2 | 5 | 3.70 | - | 1 | 3 | 2 | 4 | - | 5 | 5.70 |
| อื่นๆ | - | 4 | 3 | - | 1 | - | 2 | 1.60 | 2 | - | - | 3 | 1 | - | - | 1.00 |

ตาราง 4.30 แสดงความสนใจประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล แบ่งตามอาชีพ

| ประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | จัดลำดับประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งตามอาชีพ | | | | | | | | | | | |
|--|--|---------------|---------------|---------------|----------------|--------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|--------|
| | ชาวต่างประเทศ | | | | | | ชาวไทย | | | | | |
| | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | ร้อยละ | ต่ำกว่า10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 | ร้อยละ |
| นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | - | 2 | 2 | 1 | 3 | 17.10 | 5 | 2 | 3 | 4 | 1 | 33.70 |
| เมดิคอล สปา | 4 | 5 | 2 | 1 | 3 | 18.60 | 4 | 5 | 2 | 1 | 3 | 31.10 |
| สุขภาพและความงาม | 4 | 1 | 5 | 3 | 2 | 12.30 | 1 | 2 | 4 | 5 | 3 | 25.00 |
| ตรวจสุขภาพ | 3 | 4 | 2 | 1 | 5 | 7.10 | 3 | 2 | 1 | 4 | - | 17.90 |
| การรักษา (ทำฟัน, ล้างสารพิษ ฯลฯ) | 1 | - | 4 | 3 | 2 | 4.30 | 4 | 2 | 1 | 3 | - | 9.20 |
| ผ้าตัด/ ศัลยกรรมตกแต่ง | - | 4 | 3 | 1 | 2 | 3.80 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 5.40 |
| อื่นๆ | - | - | 1 | 2 | 1 | 2.00 | 3 | 2 | - | 1 | - | 1.00 |

จากตารางที่ 4.28-4.30 ผู้วิจัยจะสรุปภาพความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจจะใช้บริการ นอกเหนือจากที่เคยใช้บริการมาแล้ว กับตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ เขตภูมิภาค อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน โดยเลือกวิเคราะห์ถึงความสนใจประเภทของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจ จะใช้บริการนอกเหนือจากที่เคยใช้บริการมาแล้วและมีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 2 อันดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ

นวดแผนไทย/แพทย์แผนไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีบริการทั้ง นวดตัว นวดน้ำมัน และ นวดฝ่าเท้า ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการตามความต้องการและความสนใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจากเขตภูมิภาคทวีปออสเตรเลีย รองลงมาได้แก่ ทวีปยุโรป และทวีปอเมริกา ประกอบอาชีพพนักงานหน่วยงานเอกชน เกษียณอายุ และประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

เมดิคอล สปา (Medical Spa) เป็นสปาบำบัดควบคู่กับศาสตร์ทางการแพทย์ และเครื่องมือแพทย์ ภายใต้การดูแลของบุคลากร แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ บริการประเภทนี้นอกจากจะอยู่ในโรงพยาบาลแล้ว ยังอยู่ ณ คลินิกต่างๆ ได้ด้วย นักท่องเที่ยวจากยุโรป เอเชีย และอเมริกา สนใจที่จะใช้บริการ ส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อาชีพอื่นๆ เกษียณอายุ และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้อยู่ในช่วง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย

นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาค ตะวันออก ภาคกลาง และภาคเหนือ ตามลำดับ กลุ่มอาชีพที่สนใจจะใช้บริการเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ข้าราชการ เกษียณอายุ และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว รายได้ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วง มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน และ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

เมดิคอล สปา (Medical Spa) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันตก ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบอาชีพนักเรียน นักศึกษา วิชาชีพอิสระ และพนักงานหน่วยงานเอกชน ตามลำดับ ส่วนรายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้แก่ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และ มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะเข้ามาใช้บริการ นอกเหนือจากที่เคยใช้บริการมาก่อน เช่น ด้านสุขภาพและความงาม การตรวจสุขภาพประจำปี การทำฟัน ล้างสารพิษ

หรือผ่าตัด ศัลยกรรมตกแต่ง ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่กล่าวมานั้น ได้รับการยอมรับและความพึงพอใจจากลูกค้าที่เคยใช้บริการมาก่อน โดยเป็นการศัลยกรรมแปลงเพศจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในจังหวัดภูเก็ต มีการบอกต่อ แพร่กระจายจนมีชื่อระดับนานาชาติ

4.3.3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือว่าเป็นลูกค้าคนสำคัญของโรงพยาบาล พฤติกรรมการบริโภคงานบริการ ผลิตภัณฑ์การบริการหรือสินค้าบริการนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่คณะผู้บริหารด้านการตลาดต้องศึกษาข้อมูล ทำความเข้าใจความต้องการ (Needs) ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ตลอดจนความคาดหวัง (Expectations) ของคุณภาพที่จะได้รับ

ลูกค้าของโรงพยาบาลแสวงหาสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ทั้งทางร่างกายและจิตใจ จากนั้นลูกค้าจะประเมินว่าสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้น สามารถสนองความต้องการได้อย่างที่คาดหวังไว้ก่อนเข้ารับบริการหรือไม่

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)¹ มักมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นอย่างมาก คุณภาพการบริการเป็นทัศนคติที่ลูกค้าของโรงพยาบาลสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการซื้อบริการนั้นๆ ถ้าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจในบริการซึ่งมีระดับที่แตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคน แต่ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นการประเมินผลที่ได้จากการรับบริการนั้นมาขณะนั้น

ดังแนวคิดที่ Parasuraman, Zeithaml และ Berry² กล่าวว่า คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ามองหาได้ มีอยู่ด้วยกัน 5 มุมมอง คือ

¹ สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2546. Service Marketing. หน้า 52.

² เล่มเดิม. หน้า 54.

1. Tangibles หมายถึง องค์ประกอบทางด้านกายภาพ ที่ประกอบขึ้นมาในการบริการ
2. Reliability หมายถึง มุมมองที่ลูกค้าดูจากความสามารถในการส่งมอบบริการของ พนักงานบริการได้ตรงตามเวลา และถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้
3. Responsiveness หมายถึง ความพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าทันทีที่ลูกค้ามีความ ต้องการ
4. Assurance หมายถึง ความรู้ในงานและความมีอัธยาศัยของพนักงานบริการที่พร้อม จะให้คำอธิบายขั้นตอนการบริการ เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับลูกค้าในการบริการ ตลอดจนเพื่อลดความไม่แน่ใจและความเสี่ยงของลูกค้าก่อนรับบริการ
5. Empathy หมายถึง ความห่วงใยเอาใจใส่ที่พนักงานบริการมีให้กับลูกค้า พนักงาน บริการสามารถที่จะให้การสื่อสารที่เข้าใจง่าย และจัดช่องทางที่ลูกค้าจะเข้าถึงข้อมูล ของงานบริการนั้นๆตลอดเวลา

นอกเหนือจากปัจจัยดังกล่าวซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว

ส่วนประกอบอีกสองประการ ได้แก่

6. Product Quality หมายถึง คุณภาพของสินค้า
7. Price หมายถึง ราคามีส่วนทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry มาเป็น กรอบในการศึกษาวิเคราะห์ และสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อวัดความคาดหวังและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต โดยให้ค่าคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับค่าคะแนนความคาดหวัง

- | | | |
|---------------|---------|--------------------------------|
| 5= มากที่สุด | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความคาดหวังสูงสุด |
| 4= มาก | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความคาดหวังสูง |
| 3= ปานกลาง | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความคาดหวังกลางๆ |
| 2= น้อย | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความคาดหวังน้อย |
| 1= ไม่คาดหวัง | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนไม่ได้คาดหวัง |

ระดับค่าคะแนนความพึงพอใจ

- | | | |
|--------------|---------|--|
| 5= มากที่สุด | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความพึงพอใจมากที่สุดจนเกิดความ ประทับใจ |
| 4= มาก | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความพึงพอใจมาก |
| 3= ปานกลาง | หมายถึง | ให้ระดับคะแนนความพึงพอใจกลางๆ |

2= น้อย หมายถึง ให้ระดับคะแนนพึงพอใจน้อยและไม่พึงพอใจบางอย่าง

1= ต้องปรับปรุง หมายถึง ให้ระดับคะแนนไม่พึงพอใจเลย

ตาราง 4.31 แสดงระดับค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทยก่อนใช้บริการของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

| เกณฑ์ชี้วัด ระดับความคาดหวัง | ร้อยละของระดับความคาดหวัง | | | | | ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) |
|---|---------------------------|-------|---------|-------|-----------|-------------------------------------|
| | ไม่คาดหวัง | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| 1. องค์ประกอบทางกายภาพของโรงพยาบาล เช่น การตกแต่งสถานที่ สถานที่พักรอรับบริการ | 2.50 | 5.00 | 34.10 | 34.40 | 24.00 | 3.72 |
| 2. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการของโรงพยาบาล | 0.80 | 4.50 | 30.40 | 35.20 | 29.10 | 3.87 |
| 3. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลที่จะให้บริการสามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที | 3.40 | 6.10 | 27.80 | 33.80 | 28.90 | 3.79 |
| 4. ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และอัธยาศัยของผู้ให้บริการ | 2.70 | 5.80 | 25.40 | 37.70 | 28.50 | 3.83 |
| 5. ความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของโรงพยาบาล | 3.00 | 6.00 | 28.00 | 36.20 | 26.80 | 3.78 |
| 6. ราคาค่าบริการ | 5.40 | 10.90 | 31.00 | 23.30 | 29.50 | 3.60 |
| 7. คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ สินค้าหรือการบริการ | 2.70 | 5.00 | 28.50 | 36.90 | 26.90 | 3.80 |
| - นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | | | | | | |
| - คลินิกฝังเข็ม | 1.90 | 5.80 | 26.90 | 41.90 | 23.50 | 3.79 |
| - ตรวจสุขภาพ | 4.40 | 4.80 | 31.30 | 34.40 | 25.10 | 3.71 |
| - คลินิกทันตกรรม | 2.50 | 3.00 | 37.00 | 37.00 | 20.50 | 3.70 |
| - คลินิกศัลยกรรมตกแต่ง | 2.10 | 6.70 | 32.80 | 32.80 | 25.60 | 3.73 |
| - ผิวพรรณและความงาม/ เมจิกคอล สปา | 2.10 | 6.20 | 33.30 | 32.30 | 26.20 | 3.74 |
| - ล้างสารพิษ | 2.10 | 5.20 | 35.40 | 35.40 | 21.90 | 3.70 |
| - อื่นๆ | 12.50 | 0.00 | 50.00 | 37.50 | 0.00 | 3.13 |

ตาราง 4.32 แสดงระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทยหลังใช้บริการของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

| เกณฑ์ชี้วัด ระดับความพึงพอใจ | ร้อยละของระดับความพึงพอใจ | | | | | ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) |
|---|---------------------------|-------|---------|-------|-------|-------------------------------------|
| | ต้องปรับปรุง | น้อย | ปานกลาง | ดี | ดีมาก | |
| 1. องค์ประกอบทางกายภาพของโรงพยาบาล เช่น การตกแต่งสถานที่ สถานที่พักรอรับบริการ | 1.70 | 9.10 | 48.70 | 32.80 | 7.80 | 3.36 |
| 2. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการของโรงพยาบาล | 1.90 | 8.20 | 34.80 | 32.40 | 22.70 | 3.66 |
| 3. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลที่จะให้บริการสามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที | 9.50 | 16.40 | 39.10 | 24.10 | 10.90 | 3.10 |
| 4. ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และอัธยาศัยของผู้ให้บริการ | 2.80 | 9.30 | 28.70 | 42.10 | 17.10 | 3.62 |
| 5. ความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของโรงพยาบาล | 4.00 | 18.40 | 39.90 | 28.30 | 9.40 | 3.21 |
| 6. ราคาค่าบริการ | 8.00 | 17.90 | 29.50 | 31.30 | 13.40 | 3.24 |
| 7. คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ สินค้าหรือการบริการ | 2.80 | 14.40 | 40.90 | 28.40 | 13.50 | 3.35 |
| - นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | | | | | | |
| - คลินิกฝังเข็ม | 1.40 | 14.80 | 47.20 | 24.50 | 12.00 | 3.31 |
| - ตรวจสุขภาพ | 1.10 | 11.20 | 40.60 | 33.20 | 13.90 | 3.48 |
| - คลินิกทันตกรรม | 1.80 | 13.90 | 42.40 | 29.70 | 12.10 | 3.36 |
| - คลินิกศัลยกรรมตกแต่ง | 3.10 | 9.30 | 48.40 | 24.80 | 14.30 | 3.38 |
| - ผิวดูพรรณและความงาม/ เมดิคอล สปา | 4.30 | 8.00 | 41.10 | 31.30 | 15.30 | 3.45 |
| - ล้างสารพิษ | 3.10 | 11.90 | 43.40 | 27.00 | 14.50 | 3.38 |
| - อื่นๆ | 0.00 | 0.00 | 66.70 | 33.30 | 0.00 | 3.33 |

ตาราง 4.33 แสดงระดับค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศก่อนใช้บริการของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

| เกณฑ์ชี้วัด ระดับความคาดหวัง | ร้อยละของระดับความคาดหวัง | | | | | ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) |
|---|---------------------------|-------|-------------|-------|-------|-------------------------------------|
| | ไม่ คาดหวัง | น้อย | ปาน กลาง | ดี | ดีมาก | |
| 1. องค์ประกอบทางกายภาพของ โรงพยาบาล เช่น การตกแต่ง สถานที่ สถานที่พักรับบริการ อย่างสวยงาม | 7.70 | 8.40 | 30.80 | 25.90 | 27.30 | 3.57 |
| 2. ความรวดเร็วและความถูกต้องใน การให้บริการของโรงพยาบาล | 6.80 | 17.50 | 37.90 | 24.30 | 13.60 | 3.20 |
| 3. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ของ โรงพยาบาลที่จะให้บริการ สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที | 5.10 | 17.10 | 32.50 | 29.10 | 16.20 | 3.34 |
| 4. ความรู้ ความสามารถ ความ เชี่ยวชาญ และอัธยาศัยของผู้ ให้บริการ | 5.60 | 19.40 | 27.80 | 33.30 | 13.90 | 3.31 |
| 5. ความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ผู้ ให้บริการของโรงพยาบาล | 5.4 | 17.00 | 30.40 | 25.90 | 21.40 | 3.41 |
| 6. ราคาค่าบริการ | 4.80 | 8.30 | 33.30 | 33.30 | 20.20 | 3.56 |
| 7. คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ สินค้า หรือการบริการ | 6.60 | 14.90 | 33.10 | 28.10 | 17.40 | 3.35 |
| - นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | | | | | | |
| - คลินิกฝังเข็ม | 7.30 | 13.80 | 35.00 | 28.50 | 15.40 | 3.31 |
| - ตรวจสุขภาพ | 7.00 | 17.50 | 47.40 | 15.80 | 12.30 | 3.09 |
| - ทันตกรรม | 3.50 | 14.00 | 36.80 | 33.30 | 12.30 | 3.37 |
| - ศัลยกรรมตกแต่ง | 6.00 | 16.00 | 46.00 | 24.00 | 8.00 | 3.12 |
| - ผิวพรรณและความงาม | 4.40 | 20.00 | 33.30 | 26.70 | 15.60 | 3.29 |
| - ล้างสารพิษ | 5.10 | 10.30 | 51.30 | 23.10 | 10.30 | 3.23 |
| - อื่นๆ | 12.50 | 6.30 | 37.50 | 25.00 | 18.70 | 3.31 |

ตาราง 4.34 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหลังใช้บริการของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

| เกณฑ์ชี้วัด ระดับความพึงพอใจ | ร้อยละของระดับความพึงพอใจ | | | | | ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) |
|---|---------------------------|-------|-------------|-------|-------|-------------------------------------|
| | ต้อง ปรับปรุง | น้อย | ปาน กลาง | ดี | ดีมาก | |
| 1. องค์ประกอบทางกายภาพของ โรงพยาบาล เช่น การตกแต่ง สถานที่ สถานที่พักรับบริการ อย่างสวยงาม | 8.80 | 14.00 | 23.70 | 28.90 | 24.60 | 3.46 |
| 2. ความรวดเร็วและความถูกต้องใน การให้บริการของโรงพยาบาล | 9.60 | 20.50 | 32.90 | 12.30 | 24.70 | 3.22 |
| 3. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ของ โรงพยาบาลที่จะให้บริการ สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที | 6.30 | 17.50 | 30.00 | 20.00 | 26.20 | 3.43 |
| 4. ความรู้ ความสามารถ ความ เชี่ยวชาญ และอัธยาศัยของผู้ ให้บริการ | 6.60 | 22.40 | 28.90 | 13.20 | 28.90 | 3.36 |
| 5. ความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ผู้ ให้บริการของโรงพยาบาล | 3.90 | 18.40 | 28.90 | 19.70 | 28.90 | 3.51 |
| 6. ราคาค่าบริการ | 4.80 | 14.30 | 31.70 | 22.20 | 27.00 | 3.52 |
| 7. คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ สินค้า หรือการบริการ | 3.50 | 20.90 | 34.90 | 10.50 | 30.20 | 3.43 |
| - นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | | | | | | |
| - คลินิกฝังเข็ม | 4.50 | 14.80 | 38.60 | 18.20 | 23.90 | 3.42 |
| - ตรวจสุขภาพ | 14.90 | 19.10 | 38.30 | 12.80 | 14.90 | 2.94 |
| - ทันตกรรม | 4.50 | 25.00 | 40.90 | 15.90 | 13.60 | 3.09 |
| - ศัลยกรรมตกแต่ง | 11.60 | 23.30 | 25.60 | 16.30 | 23.30 | 3.16 |
| - นวดพรรณและความงาม/ เมดิคอล สปา | 7.90 | 21.10 | 36.80 | 15.80 | 18.40 | 3.16 |
| - ล้างสารพิษ | 6.30 | 9.40 | 43.80 | 21.90 | 18.80 | 3.38 |
| - อื่นๆ | 8.30 | 0.00 | 25.00 | 16.70 | 50.00 | 4.00 |

ตาราง 4.35 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังก่อนใช้บริการและระดับความพึงพอใจหลังใช้บริการของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต แบ่งตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

| เกณฑ์ชี้วัด ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ | ระดับความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ | | | ระดับความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เชิงสุขภาพชาวไทย | | |
|---|--|-----------------|----------|---|-----------------|----------|
| | ความ คาดหวัง | ความพึง พอใจ | ส่วนต่าง | ความ คาดหวัง | ความพึง พอใจ | ส่วนต่าง |
| 1. องค์ประกอบทางกายภาพของ โรงพยาบาล เช่น การตกแต่ง สถานที่ สถานที่พักรอรับบริการ อย่างสวยงาม | 3.57 | 3.46 | -0.11 | 3.72 | 3.36 | -0.36 |
| 2. ความรวดเร็วและความถูกต้องใน การให้บริการของโรงพยาบาล | 3.20 | 3.22 | 0.02 | 3.87 | 3.66 | -0.21 |
| 3. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ของ โรงพยาบาลที่จะให้บริการ สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที | 3.34 | 3.43 | 0.09 | 3.79 | 3.10 | -0.69 |
| 4. ความรู้ ความสามารถ ความ เชี่ยวชาญ และอัธยาศัยของผู้ ให้บริการ | 3.31 | 3.36 | 0.05 | 3.83 | 3.62 | -0.21 |
| 5. ความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ผู้ ให้บริการของโรงพยาบาล | 3.41 | 3.51 | 0.1 | 3.78 | 3.21 | -0.57 |
| 6. ราคาค่าบริการ | 3.56 | 3.52 | -0.04 | 3.60 | 3.24 | -0.36 |
| 7. คุณภาพการบริการ | | | | | | |
| - นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย | 3.35 | 3.43 | 0.08 | 3.80 | 3.35 | -0.45 |
| - คลินิกฝังเข็ม | 3.31 | 3.42 | 0.11 | 3.79 | 3.31 | -0.48 |
| - ตรวจสุขภาพ | 3.09 | 2.94 | -0.15 | 3.71 | 3.48 | -0.23 |
| - ทันตกรรม | 3.37 | 3.09 | -0.28 | 3.70 | 3.36 | -0.34 |
| - ศัลยกรรมตกแต่ง | 3.12 | 3.16 | 0.04 | 3.73 | 3.38 | -0.35 |
| - ผิวพรรณและความงาม/ เมดิคอล สปา | 3.29 | 3.16 | -0.13 | 3.74 | 3.45 | -0.29 |
| - ล้างสารพิษ | 3.23 | 3.38 | 0.15 | 3.70 | 3.38 | -0.32 |
| - อื่นๆ | 3.31 | 4.00 | 0.69 | 3.13 | 3.33 | 0.20 |

สรุปผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ ระหว่างนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทยและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ ดังตารางที่ 4.31-4.35 แสดงให้เห็นระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดด้านการวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry¹ ซึ่งให้มุมมองของคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ามองหาได้ 5 มุมมอง และ 2 องค์ประกอบ ด้วยกัน

เพื่อให้ผลการวิจัยแปลผลลงมายัง ผู้วิจัยจึงใช้การหาค่าเฉลี่ย ซึ่งมีคะแนนเต็มที 5 คะแนนของแต่ละเกณฑ์ชี้วัด หากดูจากคะแนนเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยแล้ว พบว่า ทุกปัจจัยมีคะแนนเฉลี่ยเกินกว่าครึ่ง ซึ่งในการศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจนั้น พอจะสรุปในเบื้องต้นได้ว่า โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต มีศักยภาพมากพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต และทางโรงพยาบาลก็พร้อมที่จะพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์ บุคลากร สถานที่ เครื่องมือ และการบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้คะแนนความคาดหวังต่อการบริการของโรงพยาบาลค่อนข้างสูง คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า ทำให้ส่วนต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจมีคะแนนส่วนใหญ่เป็นลบ แต่เป็นค่าเฉลี่ยที่ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก

องค์ประกอบทางด้านกายภาพ ที่สามารถสัมผัสได้ (Tangibles) ประกอบขึ้นมา ในการบริการของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ที่ประกอบขึ้นเพื่อการบริการแก่ลูกค้าซึ่งเป็น นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ การตกแต่งโรงพยาบาล ตั้งแต่หน้าบ้าน ทางเข้า ลานจอดรถ สู ภายในบ้าน หรือองค์ประกอบของแสง การจัดตกแต่งสถานที่ให้ดูดี อบอุ่น เก๋อี้ ชูตัวรับแขกไว้ รองรับลูกค้าที่รอใช้บริการนั้นๆ กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 และ 3.46 ตามลำดับ จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตบางแห่งจึงให้ความสำคัญกับองค์ประกอบภายนอก ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดกับผู้มาใช้บริการได้ โดยการเปลี่ยนรั้วของโรงพยาบาลใหม่ ปรับสภาพแวดล้อมโดยรอบ ก่อสร้างอาคารรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น หรือการตกแต่งภายในใหม่ เป็น

¹ สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2546. Service Marketing. หน้า 54.

ต้น เพื่อยกระดับการบริการ ขยายกลุ่มลูกค้า เพิ่มผลิตภัณฑการให้บริการ และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าต่อไปในอนาคต

ความสามารถในการส่งมอบบริการของพนักงานบริการได้ตรงตามเวลา และถูกต้องตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้ (Reliability) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว จับใจ และมีมาตรฐานการบริการที่ถูกต้อง สมบูรณ์ ได้รับการบริการตรงตามวันเวลาที่นัดหมาย ไม่ทำให้ลูกค้าต้องรอนานเกินไป เพราะอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในการบริการได้ และ Reliability ยังรวมไปถึงแพทย์ หรือบุคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่จะเป็นผู้ดูแลลูกค้าเพื่อบริการนั้นๆ อย่างใกล้ชิด อีกทั้งการรับรองมาตรฐานในด้านต่างๆที่ทางโรงพยาบาลได้รับนั้นจะเป็นเครื่องยืนยันศักยภาพได้อีกทางหนึ่ง

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศรู้สึกพึงพอใจในการบริการที่รวดเร็วและถูกต้องของทางโรงพยาบาล มีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.22 เกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.20 ส่วนต่างที่เพิ่มขึ้นประมาณ 0.02 คะแนน

ความพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าทันทีที่ลูกค้ามีความต้องการ เจ้าหน้าที่สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที (Responsiveness) ตอบคำถามของลูกค้าได้ตลอดเวลา ชี้แจงรายละเอียดหรือรายละเอียดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลได้ ทั้งส่วนที่เป็นการท่องเที่ยวทั่วไป และโปรแกรมการเข้ารับบริการในผลิตภัณฑของโรงพยาบาลที่ลูกค้าต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมาจากหลากหลายประเทศ ทำให้ทางโรงพยาบาลต้องมีการบริการจัดการและจัดสรรทรัพยากรบุคคลที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ เช่น บุคลากรด้านภาษาต่างประเทศ บุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันสุขภาพ หรือ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านอื่นๆ เป็นต้น

เป็นที่น่าพอใจว่าทางโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตได้รับความพึงพอใจในระดับที่สูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ก่อนมาใช้บริการ โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.43 คะแนน และความคาดหวังที่คะแนนเฉลี่ย 3.34 คะแนน แต่ในทางกลับกันกลุ่มตัวอย่างชาวไทย มีความคาดหวังต่อความพร้อมที่จะให้บริการของเจ้าหน้าที่สูงถึง 3.79 แต่มีความพึงพอใจในคะแนนเฉลี่ยเพียง 3.10

ความรู้ในงานและความมีอัธยาศัยของพนักงานบริการที่พร้อมจะให้คำอธิบายขั้นตอนการบริการ เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับลูกค้าในการบริการ (Assurance) ตลอดจนเพื่อลด

ความไม่แน่ใจและความเสี่ยงของลูกค้าก่อนรับบริการ นั้นหมายถึงการมาใช้บริการของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก เพราะความปลอดภัยในชีวิตจะนำมาซึ่งชื่อเสียง และความไว้วางใจต่อโรงพยาบาล การท่องเที่ยวมักมีความเสี่ยงเกิดขึ้น เช่น โรคหรือการเจ็บป่วยที่เกิดจากการท่องเที่ยว หากมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญหรือบุคลากรของทางโรงพยาบาลช่วยอธิบายขั้นตอนการบริการ การดูแลป้องกัน และการรักษาในเบื้องต้นได้แล้วนั้น นักท่องเที่ยวจะเกิดความมั่นใจ และท่องเที่ยวได้อย่างมีความสุข พักผ่อน และมีสุขภาพที่ดี

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศที่ต้องเดินทางข้ามน้ำข้ามทะเลมาถึงเมืองไทยและพักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ต รู้สึกพึงพอใจในประเด็นดังกล่าวข้างต้น คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.36 ซึ่งมากกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ มีส่วนต่างที่ 0.05 คะแนน

ความห่วงใยเอาใจใส่ที่พนักงานบริการมีให้กับลูกค้า (Empathy) พนักงานบริการสามารถที่จะให้การสื่อสารที่เข้าใจง่าย และจัดช่องทางที่ลูกค้าจะเข้าถึงข้อมูลของงานบริการนั้นๆ ตลอดเวลา การใส่ใจในรายละเอียดที่เป็นองค์ประกอบย่อยอื่นๆ จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับโรงพยาบาลได้ การสื่อสารก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่สำคัญ และส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกระดับได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือการสื่อสารด้วยวิธีอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการตีความหรือเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งสาร (โรงพยาบาล) และผู้รับสาร (ลูกค้า) ถือว่าการสื่อสารครั้งนั้นประสบความสำเร็จ

การสื่อสารสามารถใช้ภาษาได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ วัจนภาษา คือ ภาษาพูดหรือภาษาเขียนและ อวัจนภาษา คือ ภาษาแห่งสัญลักษณ์ ฉะนั้นทางโรงพยาบาลจะแสดงความรู้สึกถึงความเอาใจใส่ ความห่วงใยลูกค้า ด้วยวิธีการใดขึ้นอยู่กับโอกาส สื่อสารอย่างไรให้เข้าไปสู่หัวใจของลูกค้าได้ สิ่งสำคัญที่เจ้าหน้าที่ทุกคนจะขาดไม่ได้คือ การบริการด้วยใจ

คุณภาพของสินค้า (Product Quality) จากที่กล่าวมาแล้วใน 5 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น นั่นคือเครื่องหมายแห่งคุณภาพการบริการที่แท้จริง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือการบริการของโรงพยาบาล ได้แก่ นวดแผนไทยหรือแพทย์แผนไทย คลินิกฝังเข็ม การตรวจสุขภาพประจำปี คลินิกทันตกรรม คลินิกศัลยกรรมตกแต่ง ผิวดermat และความงาม เมดิคอล สปา การล้างสารพิษ หรือการบริการอื่นๆ ที่ทางโรงพยาบาลมีไว้บริการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือการบริการประเภท นวดแผนไทยหรือแพทย์แผนไทย, คลินิกฝังเข็ม (แพทย์ทางเลือก), คลินิกศัลยกรรมตกแต่ง, การล้างสารพิษ และการบริการอื่นๆ นั้นหมายถึงลูกค้าสนใจเรื่องคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา (ซึ่งจะกล่าวถึงในเรื่องราคาต่อไป)

ราคา (Price) ก็มีส่วนทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบราคาค่าบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์พบว่า ราคาต่างกันเท่าตัว เช่น การทำ Lasik ตาทั้งสองข้าง ค่าใช้จ่ายของประเทศสิงคโปร์ ประมาณ 5,000 บาท แต่ของประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายเพียง 2,500 บาทเท่านั้น ฉะนั้นประเทศไทยโดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต ยังถือว่าได้เปรียบตลาดคู่แข่งอยู่

กลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวสุขภาพชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความคาดหวังว่าราคาค่าบริการจะถูกตามที่ตนเองต้องการ ทำให้ระดับคะแนนเฉลี่ยด้านความพึงพอใจเป็นลบ ทำอย่างไรให้ราคาที่ทางโรงพยาบาลกำหนดไว้ เปลี่ยนเป็นมูลค่าที่ไม่ใช่ตัวเงินในความคิดของลูกค้าได้ มูลค่าในที่นี้หมายถึง คุณภาพที่ดีเยี่ยม ตรงกับความต้องการของลูกค้า

แต่อย่างไรก็ตามจากคะแนนเฉลี่ยของเกณฑ์การวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสุขภาพกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง คือ ช่วงระดับคะแนนเฉลี่ย 3-4 คะแนน ในทุกเกณฑ์ชี้วัด รวมทั้งผลิตภัณฑ์การบริการของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ทั้งนั้นความพึงพอใจมิได้เกิดจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทางโรงพยาบาลเท่านั้น แต่หากอาจจะเกิดจากปัจจัยส่วนตัวของลูกค้าเอง ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบในการวัดความคาดหวังและความพึงพอใจด้วย รวมทั้งปัจจัยภายนอกอื่นๆ ก็ส่งผลกระทบได้เช่นกัน

ฉะนั้นหากเชื่อมโยงไปยังมาตรฐานของโรงพยาบาล เช่น Hospital Accreditation หรือ HA ซึ่งมีความหมายว่า โรงพยาบาลมีความน่าไว้วางใจอันเกิดจากระบบการทำงานที่ดี ดูแลผู้ป่วยด้วยความระมัดระวัง และความเชื่ออาทร ให้บริการที่มีคุณภาพ แต่เป็นคุณภาพที่มีได้เกิดจากการให้ลูกค้ามารับรอง คุณภาพของโรงพยาบาลเกิดจากเนื้อในของโรงพยาบาลเอง

การรับรองเป็นการจูงใจและชักชวนให้โรงพยาบาลทำในสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิม ผลลัพธ์สุดท้ายที่โรงพยาบาลต้องการ คือ การดูแลลูกค้าที่มีคุณภาพ ดูแลทั้งร่างกายและจิตใจ ดูแลด้วยความเคารพในสิทธิของลูกค้า

ผลลัพธ์ที่ทางโรงพยาบาลต้องการนั้น **ประการแรก** คือ บุคลากรของโรงพยาบาลต้องมีจิตวิญญาณของคุณภาพการบริการ ได้แก่ การรู้จักทำงานเป็นทีม การทำงานบริการด้วยใจ และการยึดถือประโยชน์ของลูกค้าผู้รับบริการเป็นสำคัญ

ประการที่สอง คือ การทำงานที่เป็นระบบโดยการทบทวนประเมินตนเอง ดูที่ผลลัพธ์ว่าเป็นไปตามเป้าประสงค์หรือไม่ การทบทวนจะนำไปสู่การปรับปรุง การฝึกอบรม การศึกษาหาความรู้และเพิ่มทักษะให้กับเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล การจัดหา ดูแลเครื่องมือ ปรับปรุงสถานที่หรือโครงสร้างที่เหมาะสม โดยประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับลูกค้า คือ โรงพยาบาลจะทบทวนประเมินตนเองจากการเปรียบเทียบกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ศึกษา สำรวจความพึงพอใจ และสิ่งที่ต้องปรับปรุง ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า, ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. เพื่อสำรวจปริมาณผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อให้ทราบระดับความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวัดศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. เพื่อศึกษาระดับความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

ข้อมูลของเจ้าบ้าน ผู้วิจัยและคณะทำการศึกษาวิจัยเฉพาะในเขตพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริการจากโรงพยาบาลของรัฐ 3 แห่ง เป็นโรงพยาบาลทั่วไป 1 แห่ง คือ โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต ซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอเมืองภูเก็ต โรงพยาบาลชุมชน 2 แห่ง คือ โรงพยาบาลถลาง ตั้งอยู่ในอำเภอถลาง และ โรงพยาบาลป่าตอง ตั้งอยู่ในอำเภอกะทู้ และโรงพยาบาลเอกชน 3 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลสิริโรจน์ และโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต ซึ่งโรงพยาบาลทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองภูเก็ต โดยศึกษาในเชิงโครงสร้างของนโยบายด้านการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศึกษาการรับรองมาตรฐานคุณภาพโรงพยาบาล จากนั้นจึงได้เก็บรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาลที่กำหนดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ส่วนข้อมูลในฐานะแขกผู้มาเยือน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาระดับความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 392 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 378 คน

5.1 สรุปผลการวิจัย

เพื่อให้เห็นภาพรวมของการศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยจะสรุปผลการวิจัยออกเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1.1 ปริมาณผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ บริการด้านการแพทย์ (Medical Services) ได้แก่ (1) บริการตรวจสุขภาพ โดยปกติจะแบ่งโปรแกรมตามกลุ่มอายุของผู้รับบริการ แต่ก็สามารถจัดรายการเพิ่มพิเศษอื่นๆ เช่น บริการตรวจสุขภาพหัวใจ, บริการตรวจสุขภาพสำหรับสตรี เป็นต้น (2) บริการทันตกรรม เช่น บริการฟอกสีฟันให้ขาว ทั้งการใช้สารเคมี และการใช้เลเซอร์ช่วยเร่งปฏิกิริยา เป็นต้น (3) บริการศัลยกรรม เช่น การศัลยกรรมตกแต่ง, การผ่าตัดแปลงเพศ, การปลูกผม และการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่า เป็นต้น (4) บริการแก้ไขผิวพรรณและความงาม (5) บริการล้างสารพิษ เช่น การฟอกเลือดสำหรับผู้เป็นโรคไตวาย เป็นต้น (6) บริการแก้ไขสายตาด้วยวิธี Lasik (7) บริการคลอดบุตร และ บริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ (Health Services) ได้แก่ (1) บริการแพทย์แผนไทย เช่น การนวดแผนไทย (2) บริการแพทย์แผนจีน เช่น การฝังเข็ม

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต เป็นการผนวกผลิตภัณฑ์บริการด้านการแพทย์ (Medical Services) บริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ (Health Services) ของโรงพยาบาลที่มีอยู่เดิมเข้ากับโปรแกรมการท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวหมู่เกาะต่างๆ ในจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ ล่องเรือแคนู ดำน้ำดูปะการัง รับประทานอาหารในเรือสปีดโบ๊ท ชมการแสดงของภูเก็ตแฟนตาซี พร้อมบริการรถรับส่ง เป็นต้น โดยจัดแผนการส่งเสริมการขายผ่านบริษัทที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5.1.2 ความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

มาตรฐานของโรงพยาบาลถือเป็นเครื่องมือในการวัดศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาล ได้แก่ รูปแบบ

มาตรฐาน Hospital Accreditation (HA) ซึ่งมีโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งแรกและแห่งเดียวเท่านั้นในจังหวัดภูเก็ต ที่ได้รับมาตรฐานรับรองคุณภาพดังกล่าว ส่วนรูปแบบมาตรฐาน International Organization for Standardization (ISO) ตามข้อกำหนดของมาตรฐาน ISO 9001: Version: 2000 เป็นการรวม ISO 9001, 9002, 9003 ฉบับปี 1994 เดิม เป็นฉบับเดียว เพื่อให้โรงพยาบาลใช้แสดงความสามารถ ในการทำตามความต้องการของลูกค้า และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปใช้ปฏิบัติภายในโรงพยาบาล หรือใช้เพื่อการรับรองให้สอดคล้องกับการบริหารงานของโรงพยาบาล โรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO ดังกล่าวก็มีเพียงโรงพยาบาลเอกชนเช่นกัน ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต และโรงพยาบาลศิริโรจน์ ส่วนโรงพยาบาลอื่นๆ กำลังอยู่ในช่วงดำเนินการขอรับรองมาตรฐานทั้ง 2 รูปแบบ

5.1.3 ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

5.1.3.1 ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวทั่วไป

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการใช้บริการนวดแผนไทย ประกอบด้วย นวดตัว นวดน้ำมัน และนวดฝ่าเท้า ส่วนความต้องการรองลงมาเป็นบริการเมดิคอล สปา เพื่อบำบัดสุขภาพและความงาม ส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นก็มีความต้องการใช้บริการนวดแผนไทย และเมดิคอล สปา ตามลำดับ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

สำหรับผลิตภัณฑ์อื่นๆ นักท่องเที่ยวก็มีความสนใจด้วยเช่นกัน เช่น การตรวจสุขภาพประจำปี การทำฟัน ศัลยกรรมตกแต่ง เป็นต้น

5.1.3.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต จำแนกได้เป็น (1) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย (2) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งมีเกณฑ์ชี้วัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ ได้ผลสรุปดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านกายภาพ ที่สามารถสัมผัสได้ ประกอบขึ้นมาในการบริการของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ที่ประกอบขึ้นเพื่อการบริการแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ
2. ความสามารถในการส่งมอบบริการของพนักงานบริการ ได้ตรงตามเวลา และถูกต้องตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว ฉับไว และมีมาตรฐานการบริการที่ถูกต้อง สมบูรณ์ ได้รับการบริการตรงตามวันเวลาที่นัดหมาย ไม่ทำให้ลูกค้าต้องรอนานเกินไป ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจในการบริการที่รวดเร็วและถูกต้องของทางโรงพยาบาล เกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า
3. ความพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าทันทีที่ลูกค้ามีความต้องการ เจ้าหน้าที่สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที ตอบคำถามของลูกค้าได้ตลอดเวลา ชี้แจงรายละเอียดหรือรายละเอียดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลได้
ปรากฏว่าโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ได้รับความพึงพอใจในระดับที่สูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่ในทางกลับกันกลุ่มตัวอย่างชาวไทย มีความคาดหวังต่อความพร้อมที่จะให้บริการของเจ้าหน้าที่สูง แต่มีความพึงพอใจในระดับที่ต่ำกว่า
4. ความรู้ในงานและความมีอัธยาศัยของพนักงานบริการ ที่พร้อมจะให้คำอธิบายขั้นตอนการบริการ เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับลูกค้าในการบริการ ตลอดจนเพื่อลดความไม่แน่ใจและความเสี่ยงของลูกค้าก่อนรับบริการ ปรากฏว่านักท่องเที่ยว รู้สึกพึงพอใจในประเด็นดังกล่าวข้างต้น มากกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ
5. ความห่วงใยเอาใจใส่ที่พนักงานบริการมีให้กับลูกค้า ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ซึ่งถือว่าการสื่อสารของพนักงานมีความสำเร็จ
6. คุณภาพของสินค้า เป็นส่วนหนึ่งที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือการบริการประเภท นวดแผนไทยหรือแพทย์แผนไทย, คลินิกฝังเข็ม (แพทย์ทางเลือก), คลินิกศัลยกรรมตกแต่ง, การล้างสารพิษ และการบริการอื่นๆ นั้นหมายถึงลูกค้าสนใจเรื่องคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา
7. ราคา ก็มีส่วนทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความคาดหวังว่าราคาค่าบริการจะถูกตามที่ตนเองต้องการ ทำให้ระดับคะแนนเฉลี่ยด้านความพึงพอใจเป็นลบ

อย่างไรก็ตามคะแนนเฉลี่ยของเกณฑ์การวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในช่วงระดับปานกลางถึงสูง คือ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3-4 คะแนน ในทุกเกณฑ์ชี้วัด

การวัดระดับความพึงพอใจนี้ มิได้เกิดจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทางโรงพยาบาลเท่านั้น แต่หากอาจจะเกิดจากปัจจัยส่วนตัวของลูกค้าเอง ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบในการวัดความคาดหวังและความพึงพอใจด้วย รวมทั้งปัจจัยภายนอกอื่นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่ทางโรงพยาบาลไม่สามารถควบคุมได้ก็ส่งผลกระทบได้เช่นกัน ผลที่ได้จึงเป็นระดับความพึงพอใจหลังการใช้บริการในขณะนั้นเท่านั้น

5.2 อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง ศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ในประเด็น ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล, ความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาล และความต้องการ ความคาดหวังและความพึงพอใจในการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต มีเรื่องที่น่าสนใจ และผู้วิจัยมีข้อสังเกตดังต่อไปนี้

5.2.1 ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาล ผลจากการศึกษา ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มบริการด้านการแพทย์ และด้านการส่งเสริมสุขภาพของโรงพยาบาลที่มีอยู่นั้นสามารถครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากทางโรงพยาบาลสามารถปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเท่านั้น โดยที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการเพียงเล็กน้อยก็สามารถสร้างมูลค่าผลผลิตเพิ่มขึ้นได้

5.2.2 ความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาล ผลจากการศึกษา ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่โรงพยาบาลทั้ง 6 แห่งในจังหวัดภูเก็ตพยายามพัฒนาคุณภาพของการบริการให้เป็นที่ยอมรับ และได้รับการรับรองจากสถาบันรับรองมาตรฐานนั้น เนื่องจากว่า กระทรวงสาธารณสุขพยายามผลักดันให้โรงพยาบาลภาครัฐได้รับมาตรฐาน เพื่อยกระดับและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของโรงพยาบาลภาครัฐที่ต้องการให้มีการบริการที่ทั่วถึง เป็นธรรม และคุณภาพในการให้บริการอีกด้วย ส่วนโรงพยาบาลเอกชนนั้น เมื่อมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเป้าหมายทาง

การตลาดด้วย ก็จำเป็นต้องสร้างจุดขายเพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย โดยเฉพาะมาตรฐาน ISO9001:2000 อันเป็นมาตรฐานสากล

5.2.3 ความต้องการและความพึงพอใจในการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ผลจากการศึกษา ผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจใช้บริการนวดแผนไทย และสปา นั้น เนื่องจากว่า กระแสความนิยมแพทย์ทางเลือก และภูมิปัญญาโบราณกำลังเป็นที่สนใจ จึงทำให้ผลการศึกษาดังกล่าวทำนองเดียวกันทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์อื่นๆ นั้นนักท่องเที่ยวก็มีความสนใจด้วยเช่นกัน ทุกกลุ่มรายได้ของนักท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยนั้น โรงพยาบาลภาครัฐควรที่จะเน้นเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักอีกกลุ่มหนึ่งด้วย

ส่วนการวัดความพึงพอใจโดยเปรียบเทียบกับความคาดหวังก่อนใช้บริการของโรงพยาบาลของนักท่องเที่ยว นั้น ส่วนใหญ่มีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจในระดับที่ไม่แตกต่างกันนัก ผู้วิจัยเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ป่วย สภาพร่างกาย และจิตใจอาจจะไม่พร้อมในการตอบแบบสอบถาม และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่ควบคุมได้ยาก เช่น อากาศร้อน สภาพการจราจร ก็มีผลต่อระดับความพึงพอใจ

นอกจากประเด็นต่างๆ ข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่ายังมีประเด็นที่น่าสนใจ นอกเหนือจากผลการศึกษาแล้ว เพื่อกำหนดกรอบและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการพัฒนา ทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง

1. จังหวัดภูเก็ตมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน รวมทั้งมีประสบการณ์รักษาผู้ป่วยในรายที่มีความยากและซับซ้อน เช่นการผ่าตัดหัวใจ การแพทย์ไทยในปัจจุบัน ได้แก่ การทำบายพาสโรคหัวใจและหลอดเลือดหัวใจตีบ การทำศัลยกรรมพลาสติก และการผ่าตัดแปลงเพศ
2. โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมีมาตรฐานในระดับนานาชาติ นอกจากนี้โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตที่มีนโยบายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังได้รับมาตรฐานในระดับสากล และของรัฐบาลไทย เช่น มาตรฐานของ International S Organization (ISO 9001

Version 2000) และของกระทรวงสาธารณสุข (HA.) ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้การยอมรับว่าจะได้รับการบริการที่ดีตามมาตรฐาน นอกจากนี้จะได้รับมาตรฐานต่างๆ แล้ว โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตยังได้รับรางวัลเกียรติยศอื่นๆ อีก เช่น Prime Minister's Award 2004 จากกระทรวงพาณิชย์ ในประเภทธุรกิจบริการที่มีชาวต่างประเทศมาใช้บริการมาก เป็นต้น

3. ค่ารักษาพยาบาลสมเหตุสมผล ด้วยอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าของประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังที่ MediTour Private Limited² บริษัทนำเที่ยว ประเทศสิงคโปร์ ได้กล่าวถึงค่าบริการรักษาพยาบาลโดยเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์ไว้สรุปได้ว่า การเดินทางมาบำบัดรักษาสุขภาพในประเทศไทย โดยรวมค่าเดินทาง และค่าเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว ยังมีราคาที่ต่ำกว่าการบำบัดรักษาในประเทศสิงคโปร์ โดยยกตัวอย่างเปรียบเทียบระหว่างค่าบริการในประเทศสิงคโปร์กับประเทศไทย ดังตารางต่อไปนี้

| Average price (SGD):* | Singapore | Thailand |
|--|-----------|----------|
| Lasik (2 eyes) | 5,000 | 2,500 |
| Breasts enlargement | 10,000 | 4,000 |
| Double eyelids | 1,800 | 700 |
| * Surgery prices accurate as of Feb 2004. | | |
| * Prices quoted exclude travel, accommodation and ground transfer. | | |

ตาราง 1 แสดงการเปรียบเทียบราคาค่าบริการทางการแพทย์โดยเฉลี่ยระหว่างประเทศสิงคโปร์กับประเทศไทย

4. มีกาบริการและมิตรภาพของคนไทยยังทำให้คนไข้มีความสบายใจและความอบอุ่นเหมือนกับอยู่ที่บ้านของตนเองจากเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามที่ผู้ป่วยและครอบครัวสามารถท่องเที่ยวพักผ่อนได้ตลอดทั้งปีทั้งก่อนและหลังการรักษา ประเทศไทยโดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติอยู่แล้วนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ดังเช่น คำขวัญ

¹ กระทรวงพาณิชย์. 2546. รางวัล แห่งเกียรติยศ Prime Minister's Award 2004[Online]. Available URL:

http://www.dephtai.go.th/pmaward/Adver_TH.pdf

² MediTour Private Limited. 2543. There are many reasons why you should consider your medical treatments in Thailand.

Available URL: http://www.meditour.com.sg/why_thailand.htm

ของ Phuket Health & Travel Company บริษัทนำเที่ยวแห่งหนึ่งในภูเก็ต¹ ซึ่งใช้คำขวัญทางการตลาดว่า “Phuket Health & Travel Company offers MORE than Sun, Sand, and Sea”² นั้นหลายถึงได้เพิ่มจุดขายของภูเก็ต โดยมีอักษรตัว S เพิ่มขึ้น คือ Surgery การผ่าตัดเสริมความงามนั่นเอง

5. มีผู้ประกอบการนำเที่ยวที่ทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยตรงหลายแห่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น Phuket Health & Travel Company, Phuket Good Health Travel and Tour และ MediTour Private Limited ในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งทำให้มีความคล่องตัว และสามารถสร้างเครือข่ายการบริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นกว่าที่ทางโรงพยาบาลทำตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเองด้วย

6. โรงพยาบาลมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในหลายกลุ่ม ทำให้สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย เช่น ในกลุ่มที่มีปัญหาสุขภาพก็สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ ดังเช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นโรคไต ก็สามารถท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงได้เช่นคนปกติ โดยที่แบ่งเวลาส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวมาใช้เครื่องฟอกเลือดเท่านั้น, ในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ก็สามารถรักษาอาการเสื่อมสภาพของร่างกายได้โดยสามารถพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวได้ ดังเช่น การฉีดสารทดแทนน้ำในข้อ เพื่อรักษาโรคข้อเสื่อม, หรือในกลุ่มต้องการเสริมความงาม ก็สามารถทำให้สวยงามขึ้นได้ด้วยวิธีการทางการแพทย์ เป็นต้น

¹ Phuket Health & Travel Company . 2546. Medical tourism [Online]. Available URL: <http://www.phuket-health-travel.com>

² แหล่งเดิม.

โอกาส

1. ผู้ป่วยชาวต่างชาติพบปัญหาหนักด้านสุขภาพ ซึ่งประกันไม่ครอบคลุม หรือค่าใช้จ่ายสูงมาก บริษัทประกันจะติดต่อให้เข้ามารักษาในประเทศไทย เนื่องจากค่าใช้จ่ายถูกกว่ามาก ในขณะที่คุณภาพเท่าเทียม หรืออาจดีกว่าในแง่บริการ
2. การรอคิวในการรักษาเป็นเวลานานในต่างประเทศ ซึ่งบางครั้งนานเป็นปี จึงเป็นโอกาสดีของโรงพยาบาลไทยที่จะใช้โอกาสนี้พัฒนาระบบการอ้างอิงคนไข้ เพื่อโอนย้ายคนไข้ชาวต่างชาติเข้ามารับการรักษานในไทย การให้ความร่วมมือในการส่งผู้ป่วยที่รักษาต่อเนื่อง หรือการโอนผู้ป่วยที่รอรักษาเป็นเวลานานไปยังอีกประเทศหนึ่ง
3. กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนาต่างก็มีแนวโน้มเติบโตสูงทั้งคู่ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในโรงพยาบาล ดังเช่น เอ็มพร จีรกาลวิศิษฐ์ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สิงคโปร์ ได้กล่าวถึงตลาดเป้าหมายของไทยไว้สรุปได้ว่า กลุ่มประเทศพัฒนาแล้วมีรายได้และสวัสดิการหลังเกษียณที่ดี จะเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มการเติบโตในตลาดสุขภาพสูง และเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในตลาดต่างประเทศของโรงพยาบาล ส่วนประเทศในกลุ่มที่มีบริการทางการแพทย์ดีกว่า เช่น ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ก็มีแนวโน้มที่เลือกเข้ามาใช้บริการการรักษาของไทยเช่นกัน
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีแนวโน้มขยายตัวสูงในทุกภูมิภาคทั่วโลก เนื่องจากประชาคมโลกต้องการบำบัดรักษาร่างกายและจิตใจให้เบิกบานแจ่มใสแข็งแรง เนื่องจากต้องเผชิญกับความเครียด สภาพแวดล้อมที่เป็นพิษ การปวดเมื่อยจากการทำงานหนัก และความชราภาพ รวมไปถึงปัญหาสารพิษ และโรคภัยไข้เจ็บที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าการรักษานอกเหนือจากวิธีแพทย์แผนปัจจุบันแล้ว ยังมีวิธีบำบัดรักษาด้วยวิธีอื่นที่มีประสิทธิภาพและมีผลข้างเคียงน้อย และยังได้เกื้อหนุนการรักษาด้วยวิธีแพทย์แผนปัจจุบันอีกด้วย
5. การสนับสนุนจากภาครัฐด้านนโยบายเพื่อสนับสนุนโครงการศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย ดังที่ สำนักงานนโยบาย และยุทธศาสตร์ สำนักงานสำนักปลัดกระทรวง

¹ กรุงเทพธุรกิจ. 2547. ททท.ผนักแอร์ไลน์จัดทัวร์สุขภาพดึงนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ทำ 'เลสิค' ดันฝันอันสุขภาพเป็นจริง ซีพี.ไทย ราคาถูก มาตรฐานสูง. หน้า 27.

สาธารณสุข¹ ได้กล่าวถึงเรื่องนี้สรุปได้ว่า รัฐบาลได้พยายามผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง การดูแลและบำบัดรักษาสุขภาพของทวีปเอเชีย เช่น การออก Thailand Elite Card² ขึ้นเพื่อ อำนวยความสะดวกในการเดินทางมารักษาความเจ็บป่วยในประเทศไทย ซึ่งในโครงการนี้ โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตร่วมอยู่ด้วย

จุดอ่อน

1. ปัญหาไม่สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาได้อย่างเต็มที่ ดังที่ นายแพทย์พินิจ กุลละวณิชย์ ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้สรุปได้ว่า การโฆษณาเกี่ยวกับการ รักษาพยาบาลของรัฐบาลเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาล เพื่อดึงให้ ชาวต่างชาติเดินทางมาบำบัดรักษาสุขภาพในประเทศไทยนั้น ต้องคำนึงถึงข้อบังคับเกี่ยวกับการ โฆษณาของแพทยสภาด้วย ซึ่งต้องให้อยู่ในกรอบที่ถูกต้อง ไม่ผิดกฎหมาย
2. ไม่ได้เป็นเป้าหมายทางธุรกิจของโรงพยาบาลเป็นลำดับแรก โดยเฉพาะ โรงพยาบาลของรัฐที่ต้องบริการประชาชนอย่างเท่าเทียม ดังที่ วิวัฒน์ ศีตมโนชน³ ผู้อำนวยการ โรงพยาบาลกลาง กับ เจษฎา จงไพบูลย์วัฒน์⁴ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต ได้กล่าวถึง เรื่องนี้ไว้ในทำนองเดียวกันว่า เมื่อรัฐบาลได้ออกโครงการสุขภาพดีถ้วนหน้า 30 บาท รักษาทุกโรค ทำให้ผู้ป่วยมาใช้บริการเพิ่มขึ้น และขณะเดียวกันก็ต้องเฝ้าระวังโรคติดต่อด้วย ทำให้ทาง โรงพยาบาลของรัฐขยายงานเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างแข็งแกร่ง
3. การให้บริการทางการแพทย์มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ และต้องมีการ เตรียมตัวเพื่อบำบัดรักษาหลายขั้นตอน ทำให้ผู้ที่ต้องการใช้บริการบางคนไม่สามารถรับบริการได้ และบางครั้งทำให้ทางโรงพยาบาลเสียโอกาสในการให้บริการ เช่น การผ่าตัดแปลงเพศ จำเป็นต้อง มีการเตรียมด้านจิตใจก่อนการผ่าตัด เป็นต้น

¹ สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. 2547. Medical Hub of Asia ศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย[Online]. Available URL: http://www.moph.go.th/ops/sca/hub_of_asia.htm

² Thailand Privilege Card Co., Ltd. 2547. Medical Treatment [Online]. Available URL: http://www.thailandelite.com/privileges/member_privilege/medical_treatment/_bangkok_phuket.php

³ วิวัฒน์ ศีตมโนชน. 2547. (3 กันยายน). ผู้อำนวยการ โรงพยาบาลกลาง.

⁴ เจษฎา จงไพบูลย์วัฒน์. 2547. (9 กันยายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต.

ข้อจำกัดและอุปสรรค

1. สถานการณ์การเมืองโลก สถานการณ์ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ปัญหาโรคไข้หวัดนก ล้วนมีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
2. มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น และคู่แข่งที่มีประสิทธิภาพ เช่น ประเทศอินเดีย มาเลเซีย และ สิงคโปร์ ที่สามารถพัฒนาศักยภาพให้เท่าเทียมกับประเทศไทยได้ ดังที่ นายแพทย์สุรพงษ์ ลูกหนุมารเจ้า¹ กรรมการผู้จัดการ และผู้อำนวยการโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต ได้กล่าวถึงการแข่งขันการบริการด้านการแพทย์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์ไว้สรุปได้ว่า ประเทศไทยมีจุดเด่นในราคาค่าบริการ ซึ่งมีราคาถูกกว่าประเทศสิงคโปร์เป็นเท่าตัว แต่สิงคโปร์ก็สามารถปรับราคาลงมาแข่งขันได้ ทั้งนี้เพื่อรักษาสถานลูกค้าเดิมไว้

โรงพยาบาลภาครัฐในจังหวัดภูเก็ต ที่มีนโยบายทำตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น มีศักยภาพในการพัฒนาอย่างเพียงพอ เนื่องจากมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากรทางการแพทย์ เครื่องแพทย์ที่ทันสมัย การขยายพื้นที่และก่อสร้างอาคารเพิ่มเติมของโรงพยาบาล และสิ่งที่จังหวัดภูเก็ตมีเป็นสินทรัพย์อยู่เดิม ซึ่งถือเป็นเครือข่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ องค์กระทางด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น ขาดเพียงหน่วยงานที่จะช่วยในการวางแผนการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเท่านั้น ในอนาคตโรงพยาบาลภาครัฐจะก้าวไปสู่ โรงพยาบาลนานาชาติในฝั่งอันดามัน”

เช่นเดียวกับโรงพยาบาลเอกชน ที่มีศักยภาพในการพัฒนาตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากพอ ด้วยมีปัจจัยความพร้อมหลากหลาย ได้แก่ เงินทุนสนับสนุน สถานที่ของโรงพยาบาล บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทั้งด้านธุรกิจการท่องเที่ยว ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และความรู้ความสามารถในงานบริการ ที่สำคัญโรงพยาบาลมีการจัดตั้งบริษัทเพื่อทำตลาดการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีมิตรไมตรี รอยยิ้ม ความมีน้ำใจของคนไทย มาผนวกเข้ากับควมมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ราคาค่าบริการที่ต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว และความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล และทั้งหมดนี้สามารถพัฒนาเป็นจุดขายของโรงพยาบาลได้

¹ รัตติยา อังกุลานนท์. 2547. เอกชนภูเก็ตสู่ยุคปรับครั้งใหญ่. โรงพยาบาล-มารีน่าจับตลาดไฮเอนด์. กรุงเทพธุรกิจ. หน้า 27.

ดังนั้นจังหวัดภูเก็ต นอกจากจะมีจุดเด่นที่เป็นแหล่งซื้อของ ดำน้ำ จัดประชุมสัมมนาแล้ว จังหวัดภูเก็ตยังมีจุดเด่นในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกด้วย โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตมีโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่ได้รับมาตรฐานในระดับสากลหลายแห่ง มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่น และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่า และสามารถแข่งขันได้ในระดับภูมิภาค ส่วนนักท่องเที่ยวก็มีความคุ้มค่าในการมาเยือนภูเก็ต ทั้งนี้ก็ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาชน เพื่อให้จังหวัดภูเก็ต เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเอเชียได้ในที่สุด.

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

- 1) องค์กรธุรกิจโดยเฉพาะโรงพยาบาลในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง ที่ทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะสามารถดึงเอาศักยภาพสูงสุดมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้นั้น ต้องสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ ที่สามารถเอื้อประโยชน์แก่กันอย่างเท่าเทียม เช่น โรงพยาบาล โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว การคมนาคมขนส่ง สายการบิน ชุมชนที่ร่วมเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น ควรร่วมมือกันประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เต็มศักยภาพ และสามารถแข่งขันกับนานาชาติประเทศทั่วโลกได้
- 2) รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมโรงพยาบาลเอกชนให้เต็มที่ และควรให้โรงพยาบาลของรัฐเป็นคู่สนับสนุน เช่น แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ หรือเครื่องมือทางการแพทย์ที่เอกชนยังขาดอยู่ เป็นต้น
- 3) รัฐบาลควรดำเนินการทางการตลาดร่วมกับภาคเอกชนด้วย เช่น การเจรจาเกี่ยวกับการเรียกร้อง สิทธิในการรักษาพยาบาล ซึ่งเป็นสวัสดิการของบางประเทศ ให้สามารถใช้สิทธิในประเทศไทยได้ด้วย
- 4) นอกเหนือจากบริการด้านการแพทย์ และบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพแล้ว โรงพยาบาลควรสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพขึ้นมาเองให้หลากหลาย สร้างจุดขายจากภาพของความเป็นไทยและรูปแบบแห่งท้องทะเลอันดามันอย่างชัดเจน

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาโอกาสและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต
- 2) ควรมีการศึกษาศักยภาพทางการตลาดโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งเช่น ประเทศไทยกับ รัสเซีย, ประเทศไทยกับประเทศอินเดีย เป็นต้น
- 3) องค์การธุรกิจ (ดังที่กล่าวมาแล้วในข้อ 1.1) ต้องร่วมกันสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ ที่สามารถเอื้อประโยชน์แก่กันและกันอย่างเท่าเทียม โดยความร่วมมือกันสร้างแผนทางธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และนำแผนธุรกิจที่ได้มาศึกษา พัฒนาปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวต่อไป
- 4) ร่วมกันหาแนวทางให้โรงพยาบาลของรัฐ ซึ่งมีความพร้อมในด้านบุคลากรการแพทย์ เครื่องมือแพทย์ และมีผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ที่สามารถนำมาผนวกเข้ากับการท่องเที่ยวได้ มีโอกาสและความเป็นไปได้ ต่อการทำตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรุงเทพมหานคร. 2546. (14 สิงหาคม). สถ. หนุนทำศูนย์กลางสุขภาพเอเชีย. หน้า 30-31.
- กรุงเทพมหานคร. 2547. ททท.ผั่นกแอรไลน์จัดทัวร์สุขภาพดั่งนักรท่องเที่ยวลิ่งคโปรทำ 'เลลลค' ดันผั่นฮับลสุขภาพเป็นจรง ซึ่ ร.พ.ไทย ราคาถูก มาตรฐานสูง. หน้า 27.
- การท่องเท่ยวแห่งประเทศไทย . 2527. **ประวัติการท่องเท่ยวแห่งประเทศไทย**. สงขลา: การท่องเท่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่.
- การท่องเท่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2540. **เอกสารประกอบการสัมมนา โครงการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพแผนการลงทุนของจังหวัดทั่วประเทศด้านการท่องเท่ยว**. (อัดสำเนา).
- การท่องเท่ยวแห่งประเทศไทย. 2544. รายงานฉบับย่อสำหรับผู้บริหาร โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเท่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549). (อัดสำเนา).
- การท่องเท่ยวแห่งประเทศไทย. 2545. **แหล่งท่องเท่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism)**. (อัดสำเนา).
- การท่องเท่ยวแห่งประเทศไทย. 2546. Domestic Tourism in Phuket 1997 – 2002. การท่องเท่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต. (อัดสำเนา).
- งานเลขานุการ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต. 100 ปี วชิระภูเก็ต พ.ศ.2549 **ร่วมสร้างอาคารพักผู้ป่วยหลวงพ่อแช่มวัดฉลอง 100 ปี วชิระภูเก็ต**. ภูเก็ต: (อัดสำเนา).
- จังหวัดภูเก็ต, สำนักงาน. 2546. **รายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการปรับแผนปฏิบัติการภูเก็ตเมืองนานาชาติ**. ภูเก็ต: (อัดสำเนา).
- จังหวัดภูเก็ต, สำนักงาน. 2547 (21 มีนาคม). **ข้อมูลสำคัญจังหวัดภูเก็ต** [Online]. Available URL: http://www.phuket.go.th/data/index_T.htm
- เจษฎา จงไพบลย์วัฒน์. 2547. (7 กันยายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต. สัมภาษณ์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542. **การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชยันต์ ดันติวิสดาการ, วชิรียา ไตสง วน และเพลินพิศ สัตย์สงวน. 2547. **รายงานวิจัยเรื่องโครงการศึกษาศักยภาพการแข่งขันการค้าบริการของไทย เล่มที่ 2** [Online]. Available URL: <http://www.tu.ac.th/cgi-bin/arts/tourism/>.
- ไทยรัฐ. 2546. (18 มิถุนายน). ข่าวการศึกษา-ศาสนา-สาธารณสุข. หน้า 15.
- ไทยรัฐ. 2546. (18 มิถุนายน). ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ. หน้า 8.

- ไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ.), ส.พ.ค. 2546. รายงานขั้นสุดท้าย (Final Report) (ฉบับสมบูรณ์) โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในที่พักแรม. ม.ป.ท.
- ธุรกิจการตลาด. "ททท.ผีนิกแอร์ไลน์จัดทัวร์สุขภาพดั่งนักท่องเที่ยวยังคิโปร้ทำ'เลสสิค' ดันฝันสุขภาพเป็นจริง ซีรฟ.ไทย ราคาถูก มาตรฐานสูง", หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. 12 สิงหาคม 2547.
- นักบริหารข้าราชการพลเรือน, ชมรม. 2547. ยุทธศาสตร์เชิงรุกของงานสาธารณสุขแนวใหม่ [Online]. Available URL: <http://www.anamai.mopha.go.th/advisor/tamra/strategy1.html>
- นิรันดร ทพิไชย. ม.ป.ป. เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8. (อัดสำเนา).
- พัฒนาการท่องเที่ยว, สำนักงาน. 2546. กรอบแนวคิดการร่างโครงการช่วยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการวางตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด. กรุงเทพฯ: (อัดสำเนา).
- พัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล, สถาบัน. 2545 (21 กุมภาพันธ์). บันได 3 ขั้น สู่ HA (ปรับปรุงจาก Roadmap to HA และเส้นทางสู่โรงพยาบาลคุณภาพแบบเรียบง่ายใน Simplicity in a Complex System) สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล [Online]. Available URL: www.geocities.com/spt1902/3_steps_to_ha.htm
- เพ็ญพักตร์ ศรีทอง. 2547. ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างและภูมิภาคอินโดจีน [Online]. Available URL: <http://www.tu.ac.th/cgi-bin/arts/tourism/>
- โพสต์ทูเดย์. 2546. (24 มิถุนายน). บันไทยศูนย์กลางสุขภาพ ตั้งเป้าดึงรายได้แสนล้าน. หน้า 2.
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, สำนักงาน. 2547. สำระสำคัญของอนุกรมมาตรฐานISO 9002: 2000 [Online]. Available URL: http://www.tisi.go.th/9ky2k/9000_3.html
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, สำนักงาน. 2547. มอก. ISO 9000 มาตรฐานระบบคุณภาพ [Online]. Available URL: <http://www.tisi.go.th/90C0/9000.html>

- พัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล, สถาบัน. 2545. (21 กุมภาพันธ์). **บันได 3 ขั้น สู่ HA (ปรับปรุงจาก Roadmap to HA และเส้นทางสู่โรงพยาบาลคุณภาพแบบเรียบง่าย ใน Simplicity in a Complex System [Online]. Available URL: www.geocities.com/spt1902/3_steps_to_ha.htm**
- พาณิชย์, กระทรวง. 2546. **รางวัลแห่งเกียรติยศ Prime Minister's Award 2004[Online]. Available URL: http://www.depthai.go.th/pmaward/Adver_TH.pdf**
- รัตติยา อังกุลานนท์. 2547. เอกชนภูเก็ตสู่ยุคปรับครั้งใหญ่ โรงพยาบาล-มารีน่าจับตลาดไฮเอนด์. **กรุงเทพธุรกิจ**. หน้า 27.
- ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน [Online]. Available URL: <http://rirs3.royin.go.th/ririhdict/lookup.html>**
- โลกวันนี้. 2546. (28 พฤษภาคม). ภูเก็ตศูนย์กลางสุขภาพเอเชีย รัฐ-เอกชนประสานของบ 400 ล้าน. หน้า 14.
- วรรณภา วงษ์วานิช. 2539. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิทย์ เทียงบุญธรรม. 2541. **พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย A new English-Thai Dictionary**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วารินทร์ สิ้นสูงสุด กับ วันทิพย์ สิ้นยุ่งสุด. 2546. **การวัดความพึงพอใจของลูกค้า**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สยามมิตรการพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- ศิริโรจน์, โรงพยาบาล. 2545. **ศิริโรจน์สาร**. ปีที่ 1. พฤษภาคม.
- สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ และคณะ. 2545. **โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวกอล์ฟและสุขภาพในประเทศไทย: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา**. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา).
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2546. **Service Marketing**. กรุงเทพฯ: นิตวีพับลิค.
- สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต, สำนักงาน. 2546. **ภูเก็ต: ความพร้อมด้านการแพทย์และสาธารณสุขใน APEC 2003 (Asia Pacific Economic Cooperation)**. ภูเก็ต: (อัดสำเนา).
- สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต, สำนักงาน. 2546. **เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อบูรณาการตามแผนยุทธศาสตร์ PHUKET as Health Tourism Destination of Asia**. (อัดสำเนา).

- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. 2545. **เอกสารการสอนชุดวิชา กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อภิรักษ์ บัณฑิต. 2535. รายงานพิเศษผลงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. **จตุรัสการท่องเที่ยว. ปีที่ 1** (สิงหาคม). หน้า 33.
- ไอทีวี.** 2546.(18 กรกฎาคม). โทรทัศน์ "บันทึกเพื่อสุขภาพ".
- Aphaluck Bhatiasevi. 2003. (15 June). Cautious reaction to Malaysia's proposal Joint package 'needs careful planning'. **Bangkok Post.** [Online] Available URL: <http://archives.mybangkokpost.com/>
- Phuket Health & Travel Company . 2546. **Medical tourism** [Online]. Available URL: <http://www.phuket-health-travel.com>
- Leonard L.Berry. **Marketing Services: Competing Through Quality.** Free Press.1991. Retrieved October 3, 2004, from <http://www.amazon.com/gp/reader/002903079X/002-6539576-6884023>
- Thailand Privilege Card Co., Ltd. 2547. **Medical Treatment** [Online]. Available URL: http://www.thailandelite.com/privileges/member_privilege/medical_treatment/_bangkok_phuket.php
- MediTour Private Limited. 2546 **There are many reasons why you should consider your medical treatments in Thailand.** Available URL: http://www.meditour.com.sg/why_thailand.htm
- Strait Times, The.** 2004. [Online]. Available URL: <http://straitstimes.asia1.com.sg/sub/search/0,5591,,00.html>

บุคคลานุกรม

- กอบแก้ว บุญศิริ 2547. (3 กันยายน). ผู้อำนวยการสายการบริหาร และที่ปรึกษาฝ่ายการพยาบาล
โรงพยาบาลศิริโรจน์. สัมภาษณ์.
- ทวีศักดิ์ เนตรวงศ์. 2547. (2 กันยายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลป่าตอง. สัมภาษณ์.
- บดินทร์ ละเอียด. 2547. (7 เมษายน). ผู้ช่วยผู้อำนวยการโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต. สัมภาษณ์.
- วิวัฒน์ ศีตมโนชัย. 2547. (3 มีนาคม). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลถลาง. สัมภาษณ์.
- สมชัย ชื่นจิตร. 2547. (10 มีนาคม). รองผู้อำนวยการโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต. สัมภาษณ์.
- สุรพงษ์ ลูกหนูमारเจ้า. 2547. (7 เมษายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต. สัมภาษณ์.
- อนุรักษ์ ธารศิริโรจน์. 2547. (10 เมษายน). ผู้อำนวยการโรงพยาบาลศิริโรจน์. สัมภาษณ์.
- Faury Nicolas. 2547. (9 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.
- Joachim Kühnapfel. 2547. (10 กันยายน). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.
- Noma Lewis. 2547. (9 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.
- Richard John Wigham. 2547. (9 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.
- Shai malul. 2547. (4 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.
- William Fredrick Tice. 2547. (16 ตุลาคม). นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์.

ภาคผนวก 1

ตัวอย่างรายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

บริการสุขภาพด้านการแพทย์และบริการส่งเสริมสุขภาพ

1. ตรวจสุขภาพ (Health Check up)

| | Essential 14 - 35 | Superior 35 - 60 | Premier 60 up | Male 35 - 60 | Female 35 - 60 | Male 60 up | Female 60 up |
|--|----------------------|---------------------|------------------|-----------------|-------------------|---------------|-----------------|
| 1. Physical examination | * | * | * | * | * | * | * |
| 2. Blood group | * | * | * | * | * | * | * |
| 3. Checks for anaemia and cell abnormality (Complete blood count) | * | * | * | * | * | * | * |
| 4. FBS (Checks for diabetes) | * | * | * | * | * | * | * |
| 5. SGPT (Liver functioning test) | * | * | * | * | * | * | * |
| 6. SGOT (Liver functioning test) | * | * | * | * | * | * | * |
| 7. Alkaline Phosphatase (Liver functioning test) | * | * | * | * | * | * | * |
| 8. BUN (Kidney functioning check) | * | * | * | * | * | * | * |
| 9. Creatinine (Kidney functioning check) | * | * | * | * | * | * | * |
| 10. Thyroid function test (TSH) | * | * | * | * | * | * | * |
| 11. Uric Acid (Tests for signs of gout) | * | * | * | * | * | * | * |
| 12. Cholesterol (Checks blood lipid levels) | * | * | * | * | * | * | * |
| 13. Triglyceride (Checks blood lipid levels) | * | * | * | * | * | * | * |
| 14. HDL (Checks blood for "good" cholesterol that may prevent coronary arterial diseases) | * | * | * | * | * | * | * |
| 15. LDL (Checks blood lipid levels) | * | * | * | * | * | * | * |
| 16. Prostate gland cancer check (PSA) | * | * | * | * | * | * | * |
| 17. Urine examination | * | * | * | * | * | * | * |
| 18. Stool for occult examination | * | * | * | * | * | * | * |
| 19. Chest x-ray | * | * | * | * | * | * | * |
| 20. EKG (A test conducted to detect abnormalities of the heart at rest) | * | * | * | * | * | * | * |
| 21. Exercise stress test | * | * | * | * | * | * | * |
| 22. Pulmonary function test | * | * | * | * | * | * | * |
| 23. Abdominal Ultrasound examination | * | * | * | * | * | * | * |
| 24. Alfa Fetoprotein (Liver cancer test) | * | * | * | * | * | * | * |
| 25. Cervical cancer check (Thin prep) | * | * | * | * | * | * | * |
| 26. Mammogram | * | * | * | * | * | * | * |

บริการตรวจสุขภาพ โดยปกติจะแบ่งโปรแกรมตามกลุ่มอายุของผู้รับบริการ แต่ก็สามารถจัดรายการเพิ่มพิเศษอื่นๆ เช่น บริการตรวจสุขภาพหัวใจ, บริการตรวจสุขภาพสำหรับสตรี เป็นต้น ซึ่งมีตัวอย่างโปรแกรมตรวจสุขภาพ ชื่อ Package นี้ว่า "Discover your health and experience the Pearl of Andaman Sea" มีราคาเริ่มต้นที่ 1,500 บาท

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

โปรแกรมตรวจสุขภาพ

โปรแกรมประกอบด้วย

เข้าพักที่โรงแรม Royal Paradise หรือ ป่าตองเมอลิน รีสอร์ทหรือ กะตะ ปาล์ม รีสอร์ท จำนวน 6 คืน

รถรับส่งจากสนามบิน-โรงแรม-สนามบิน

รถรับส่งจากโรงแรม-โรงพยาบาล-โรงแรม

ตรวจสุขภาพ โปรแกรม VIP Plus

โปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเลือก

- * รับประทานอาหารค่ำที่ภูเก็ตแพนตาซีพร้อมชมโชว์ตระการตา และรถรับส่ง 1,800 บาท/ คน
- * ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ Island Safari ครึ่งวันพร้อมอาหารเที่ยงและรถรับส่ง 1,400 บาท/ คน
- * ล่องเรือแคนู พร้อมอาหารเที่ยงและรถรับส่ง 1,400 บาท/ คน
- * ชมเกาะห้องจังหวัดพังงา โดยเรือ Starlight และรับประทานอาหารค่ำ 3,450 บาท/ คน
- * ท่องเที่ยวเต็มวันที่เกาะพีพี เกาะไผ่ และ เกาะไข่ พร้อมอาหารเที่ยง 2,800 บาท/ คน

โปรแกรม VIP Plus

ตรวจสุขภาพร่างกาย 18 รายการ ได้แก่ ตรวจร่างกายทั่วไป ตรวจเลือด เบาหวาน ตรวจระดับไขมันในเลือด กรดยูริก ตรวจตับ ไต ตรวจมะเร็งตับ ตรวจปัสสาวะ เอ็กซเรย์ทรวงอก ตรวจคลื่นหัวใจ ขณะออกกำลังกาย ตรวจช่องท้อง อนามัยช่องปาก ตรวจกระดูก ตรวจมะเร็งต่อมลูกหมาก (ผู้ชาย) และตรวจมะเร็งปากมดลูก (ผู้หญิง)

อัตราค่าบริการ

ราคาเริ่มต้นที่ 24,500 บาทต่อคน

2. บริการทันตกรรม เช่น บริการฟอกสีฟันให้ขาว ทั้งการใช้สารเคมีและการใช้เลเซอร์ช่วยเร่งปฏิกิริยา

บริการฟอกสีฟัน

ประโยชน์ของการฟอกสีฟัน

1. เปลี่ยนสีฟันให้สวยขึ้นและดูเป็นธรรมชาติ

2. เห็นรอยยิ้มที่สวย สดใสได้ตลอดเวลา
3. ช่วยขจัดคราบหินปูน เพื่อสุขภาพฟันที่ดี
4. สร้างความมั่นใจ พร้อมเสริมบุคลิกภาพที่ดี

วิธีการฟอกสีฟันมี 2 วิธี

1. การฟอกสีฟันด้วยน้ำยาฟอกสีฟัน
2. การฟอกสีฟันด้วย LASER

เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ฟันดูขาวด้วยวิทยาการที่ทันสมัยและให้ผลการรักษา ได้ผลจริงอย่างที่ต้องการและช่วยให้ฟันขาว ขึ้นภายใน 30 นาที ด้วย น้ำยาฟอกสีฟันที่ทำบริเวณที่ต้องการฟอกสีฟันและฉายแสงเพื่อเร่ง ปฏิกริยาในการฟอกสีฟัน ซึ่งเป็นวิธีการที่ปลอดภัยไม่มีผลข้างเคียงต่อ โครงสร้างฟันเป็นความก้าวหน้าทางวิทยาการด้านทันตกรรมเพื่อความงาม โดยวิธี

TCIA LASER TECHNOLOGY คือ เทคโนโลยีที่ถูกนำมาใช้ในการฟอกสีฟัน เป็นการใช้ลักษณะเฉพาะของเลเซอร์ที่เป็นสีเดียว และใช้ความถี่ของคลื่นร่วมกับ ความเข้ม ของแสง ในการทำปฏิกริยากับ เจล ซึ่ง LASER SMILE เป็นทางเลือกใหม่ ในการ ฟอกสีฟันที่ปลอดภัย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ช่วยลดระยะเวลาในการ ฟอกสีฟัน และสามารถฟอกสีฟันที่เป็น ฟันดำเนื่องจากการใช้ยา เช่น TETRACYCLANE เพื่อให้คุณมีรอยยิ้มที่ ขาวสะอาด ซึ่งเป็น ความก้าวหน้าทาง วิทยาการที่เหนือกว่าการใช้ยาฟอกสีฟัน

การฟอกสีฟันด้วยน้ำยาฟอกสีฟัน

1. ตรวจสุขภาพฟันและขูดหินปูนในกรณีที่มีฟันผุ ทันตแพทย์จะทำกำรรักษา ก่อนการฟอกสีฟัน
2. ทันตแพทย์จะทำความสะอาดฟันโดยการขัดฟันทั่วทุกซี่
3. เทียบสีฟันก่อนการรักษา
4. ทาน้ำยาฟอกสีฟันความเข้มข้นสูง
5. เปรียบเทียบสีฟันหลังการรักษา
6. ทันตแพทย์จะเตรียมTray และน้ำยาฟอกสีฟัน เพื่อนำไปฟอกสีฟันเองที่บ้าน

การฟอกสีฟันด้วยเครื่อง LASER SMILE

1. ตรวจสุขภาพฟันและชุดหินปูน ในกรณีที่มีฟันผุทันตแพทย์จะทำการรักษา ก่อนการฟอกสีฟัน และทำความสะอาดโดยการขัดฟันทั่วทุกซี่
2. เทียบสีฟันก่อนการรักษา
3. ทันตแพทย์จะใส่ตัวป้องกันเหงือกของท่าน
4. ทาเจลลงบนฟัน
5. ฉายแสงเลเซอร์ลงบนเจล ซึ่งจากนั้นเจลจะทำปฏิกิริยากับฟัน
6. เจลจะถูกล้างออกไปพร้อมกับนำตัวป้องกันเหงือกออก ตอนนี้คุณก็สามารถ อวดยิ้มฟันขาวของคุณได้ที่

วิธีการดูแลรักษาสุขภาพฟัน

1. ควรแปรงฟันอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง
2. หลีกเลี่ยงเครื่องดื่มประเภท ชา กาแฟ น้ำอัดลม
3. ควรดื่มน้ำที่มีรสเปรี้ยวจัดใน 2 สัปดาห์
4. ควรดื่มน้ำสะอาด
5. ควรใช้ยาสีฟันร่วมกับการฟอกสีฟัน

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ฟอกฟันขาวด้วยเลเซอร์

บางทีสิ่งที่ดีที่สุดที่จะทำให้ชีวิตสดชื่นก็คือการได้ชื่นชมกับธรรมชาติที่สวยงามที่รอบหาดพังงา พายเรือคายัค ตื่นตาด้วยเกาะและหน้าผา ป่าโกงกางเขียวชอุ่ม ครอบคลุมไปด้วยทะเลสาบ และชายหาด แล้วกลับบ้านด้วยรอยยิ้มที่เป็นประกาย

โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบไปด้วย

- * ค่าฟอกขาวฟัน
- * ห้องพัก 3 คืน 4 วัน ที่หาดป่าตอง
- * รับประทานอาหารค่ำ และชมการแสดงตระการตาที่ภูเก็ตแฟนตาซี
- * ชมอุโมงค์ / ถ้ำ ด้วยเรือแคนู
- * มีรถรับ-ส่ง

โปรแกรมท่องเที่ยวเมื่อเลือก

- * รับประทานอาหารค่ำที่ภูเก็ตแฟนตาซีพร้อมชมโชว์ตระการตา และรถรับส่ง 1,800 บาท/คน
- * ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ Island Safari ครึ่งวันพร้อมอาหารเที่ยงและรถรับส่ง 1,400 บาท/คน
- * ล่องเรือแคนู พร้อมอาหารเที่ยงและรถรับส่ง 1,400 บาท/คน
- * ชมเกาะห้องจังหวัดพังงา โดยเรือ Starlight และรับประทานอาหารค่ำ 3,450 บาท/คน
- * ท่องเที่ยวเต็มวันที่เกาะพีพี เกาะไม้ และ เกาะไข่ พร้อมอาหารเที่ยง 2,800 บาท/คน

กิจกรรมตามตารางเวลา

วันที่ 1 เจอกันที่ท่าอากาศยานระหว่างประเทศภูเก็ต/ ยินดีต้อนรับสู่โรงแรมที่พัก/ รับประทานอาหารค่ำ และชมโชว์ตระการตาที่ภูเก็ตแฟนตาซี

วันที่ 2 ลงมือโดยเริ่มจากทำความสะอาดฟัน และต่อด้วยฟอกสีฟัน เสร็จสิ้นภายใน 1 วัน ที่โรงพยาบาลกรุงเทพ-ภูเก็ต/ พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 3 ชมอุโมงค์ / ถ้ำ ด้วยเรือแคนู และรับประทานอาหารกลางวันบนเรือใหญ่

วันที่ 4 ไปส่งที่ท่าอากาศยานระหว่างประเทศภูเก็ต เพื่อเดินทางกลับ

อัตราค่าบริการ

ราคาเริ่มต้นที่ 22,500 บาท

3. บริการศัลยกรรม(Surgery) เช่น การศัลยกรรมพลาสติก, การผ่าตัดแปลงเพศ, การปลูกผม และการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่า เป็นต้น

ศัลยกรรมแปลงเพศ

การผ่าตัดแปลงเพศ เป็นการศัลยกรรมตกแต่งที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญสูง ฉะนั้นแพทย์ต้องมีความสามารถเป็นที่ยอมรับ จังหวัดภูเก็ตเป็นอีกแหล่งหนึ่งในโลกที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวพักผ่อน และกลับบ้านไปด้วยเพศใหม่ที่ตนเองต้องการ คุณอนุรักษ ธารศิริโรจน์ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลสิริโรจน์ ได้เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า โรงพยาบาลมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญ และเป็นที่ยอมรับกันดี สมัยนี้ความรู้สึกของสังคมต่อเพศที่ 3 ดีขึ้นกว่าสมัยก่อน มีการยอมรับมากขึ้น ดังนั้นคนเหล่านี้บางครั้งจึงอยากจะทำแปลงเพศเดิมของตัวเองให้เป็นไปตามจิตใจของตัวเอง ดังเช่น “น้องตุ้ม” นักมวยระยะยาว” ที่ในที่สุดก็แปลงเป็นเพศหญิงตามต้องการ ด้วยความก้าวหน้าของการผ่าตัด ในปัจจุบันนี้ทำให้เราสามารถผ่าตัดเปลี่ยนแปลงเพศได้ง่ายขึ้น โดยมีลักษณะและความรู้สึกใกล้เคียงกับเพศใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะการแปลงเพศชายเป็นหญิง

การเตรียมสภาพร่างกายก่อนทำการผ่าตัดแปลงเพศ

เนื่องจากการผ่าตัดชนิดนี้เป็นการผ่าตัดที่เปลี่ยนแปลงชีวิตครั้งยิ่งใหญ่ เพราะฉะนั้นผู้ที่คิดจะทำผ่าตัดควรมีการเตรียมตัวดังนี้

1. ปรึกษาจิตแพทย์ เพื่อให้แน่ใจ มั่นใจ ว่าตนเองต้องการเปลี่ยนชีวิตใหม่เป็นเพศใหม่ และยอมรับกับการเปลี่ยนแปลงของชีวิตและการยอมรับของสังคมของพ่อแม่ญาติพี่น้อง
2. ควรมีการใช้ออร์โมนเพศหญิงมาระยะหนึ่ง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย เช่น หน้าอกโตขึ้น
3. ได้ทดลองใช้สภาพชีวิตใหม่ ก่อนการผ่าตัดจริง เช่น การใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของผู้หญิง, การใช้เครื่องสำอาง เพื่อให้มั่นใจกับการเปลี่ยนแปลงที่จะมีขึ้นในอนาคต หลังจากผ่านขั้นตอนดังกล่าวแล้ว ก็เป็นเรื่องการผ่าตัดซึ่งก็มีการเตรียมตัวทั่วไปเหมือนการผ่าตัดอื่น เช่น เช็คสุขภาพว่าสมบูรณ์แข็งแรง ไม่มีปัญหาเรื่องโรคประจำตัว

การผ่าตัดแปลงเพศชายเป็นหญิงก็ทำได้โดยสร้างช่องคลอดและอวัยวะเพศด้านนอก เช่น แคม , ท่อปัสสาวะ โดยอาศัยเนื้อเยื่อของอวัยวะเพศของเดิม

การผ่าตัดเป็นการผ่าตัดใหญ่ ต้องวางยาสลบ และนอนพักที่โรงพยาบาลประมาณ 3 - 4 วัน และพักฟื้นทั่วไปประมาณ 2 - 3 สัปดาห์

การดูแลหลังผ่าตัด

ทำความสะอาดแผลทั่วไป และทำความสะอาดในช่องคลอดใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นมา หลังผ่าตัดควรใช้แท่งสอดใส่ขยายอวัยวะเพศใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นเป็นครั้งคราว เพื่อให้ช่องอวัยวะเพศใหม่คงรูปตลอดเวลาไม่ให้หดเล็กหรือตีบลง

สามารถเริ่มใช้งานของอวัยวะเพศใหม่ที่เกิดขึ้นได้ประมาณ 6 เดือน ถึง 1 ปี หลังผ่าตัด โรคแทรกซ้อนหรืออันตรายที่เกิดหลังผ่าตัดก็เหมือนการผ่าตัดทั่วไป เช่น อาการอักเสบ, อาการบวมซ้ำ เจ็บปวด

ศัลยกรรมเปลี่ยนกระดูกสะโพกและข้อเข่า (Hip or Knee Replacement Surgery)

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ศัลยกรรมเปลี่ยนกระดูกสะโพกและข้อเข่า

คุณเคยรู้สึกปวดกระดูกเข่าหรือตะโพกทุกครั้งที่คุณเดินหรือไม่ ?

เราเข้าใจว่าคุณไม่สะดวกสบาย ความไม่สมหวังเป็นอย่างไร

และมันจะมีผลกระทบต่อชีวิตในแต่ละวัน

เรามีความยินดีที่จะเสนอการผ่าตัดเปลี่ยนเข่าหรือตะโพก ที่แสนวิเศษที่สุดในโลกให้กับคุณ **ต้องได้รับพักผ่อนที่ดีในช่วงพักฟื้น**

คุณหมอของคุณเคยแนะนำให้คุณเปลี่ยนเข่าหรือตะโพกใหม่ คุณไว้ใจเราได้ ทีมของเราประกอบด้วยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้าน ออโทพีดิกท์-แก้ไขความพิการ วิชาญญีแพทย์-วางยาสลบ กายภาพบำบัด พยาบาลผู้ชำนาญงาน อายุรแพทย์ และอุปกรณ์ที่ครบครันทันสมัย

วิธีการง่ายๆ คือเพียงแค่คุณติดต่อเรามา และแจ้งว่าต้องการที่จะทำการผ่าตัดเมื่อไหร่ ทางเราก็จะทำการตรวจสอบความพร้อมและแจ้งกลับไปว่าจะเริ่มทำตามขั้นตอนได้เมื่อไหร่ **การพักผ่อนร่างกายหลังการผ่าตัด**

คุณจะต้องพักผ่อนอยู่ที่โรงพยาบาลประมาณ 1 สัปดาห์หลังจากทำการผ่าตัด ซึ่งคุณสามารถทำกายภาพบำบัดในช่วงพักฟื้นนี้ได้ ซึ่งทางเราแนะนำให้คุณพักผ่อนต่ออีก 1 สัปดาห์เพื่อจะทำให้ส่วนต่างๆ นั้นแข็งแรงเต็มที่และสามารถใช้งานได้ปกติเร็วขึ้น ที่ภูเก็ตเมืองสวรรค์แห่งนี้ไม่ว่าจะเป็นที่พักริมทะเลหรือในตัวเมือง

การอำนวยความสะดวก

ซึ่งทางเราจะเตรียมที่พักและรถรับ-ส่ง ให้คุณได้ตามที่ต้องการ

อัตราค่าบริการ

คุณจะได้รับความปลอดภัยในด้านราคาด้วย

"สภาพอากาศที่ดี และการบริการอย่างมีระดับ มิได้เป็นแค่ความแตกต่างระหว่างเมืองของคุณกับที่นี้เท่านั้น"

ศัลยกรรมปลูกเส้นผม (Hair Transplant)¹

ผมร่วง อาจเกิดจากสาเหตุหลายประการ อาทิ การเปลี่ยนแปลงของ Hormones, อายุมากขึ้น, ประวัติทางกรรมพันธุ์ ท่านที่มีผมร่วงเกิดขึ้นอายุยังน้อยเพียงใด โอกาสที่ความรุนแรงของภาวะศีรษะล้านจะมากขึ้นเท่านั้น ถ้าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีปัญหานี้ และสนใจเรื่องการปลูกผม ความรู้เหล่านี้จะช่วยท่านในการพิจารณา

1. การปลูกผม จะช่วยให้ท่านมีบุคลิกที่ดีขึ้นทดแทน เส้นผมส่วนที่ขาดหายไปบางส่วน ไม่สามารถทดแทนได้ทั้งหมด ผลที่ตามมา อาจไม่เป็นดังที่ท่านหวังไว้เสมอไป

2. การปลูกผมจะได้ผลดี ถ้าท่านยังมีผลที่สมบูรณ์บริเวณท้ายทอย และด้านข้างของศีรษะเพราะผมจากบริเวณนี้จะเป็นส่วนที่ถูกแบ่งไปปลูกในบริเวณที่ต้องการ ผู้ป่วยที่มีศีรษะล้าน ส่วนใหญ่ที่เป็นชายมักจะมีเส้นผมส่วนนี้เหลืออยู่

3. วิธีการผ่าตัดปลูกผมทำได้หลายวิธี เริ่มตั้งแต่การนำเส้นผมมาปลูกครั้งละ 2-3 เส้น หรือเป็นกอคัลการปลูกหญ้า (hair grafts) ซึ่งจะได้ผมที่ไม่หนาแน่นมากนัก แต่ช่วยทำให้ดูดีขึ้น อาจต้องทำหลายครั้ง หรือวิธีการย้ายเส้นผมและหนังศีรษะจากด้านข้างและหลังมาปิดบริเวณด้านหน้าในคราวเดียวกัน (hair flaps) จนกระทั่งการใช้ถุงขยายหนัง (tissue expander) ขยายผิวหนังส่วนที่มีเส้นผม ซึ่งอยู่ด้านข้างบริเวณที่ศีรษะล้าน จากนั้นจึงเย็บเข้ามาหากัน ทั้ง 2 วิธีได้ผลเร็วและเห็นการเปลี่ยนแปลงชัดเจน แต่วิธีการผ่าตัดอาจยุ่งยากกว่า

วิธีการผ่าตัดแต่ละวิธีมีความเหมาะสมกับผู้ป่วยเป็นรายๆ ไป ไม่มีวิธีใดวิธีหนึ่งจะสามารถแก้ปัญหาได้ดีที่สุดในผู้ป่วยทุกราย แพทย์จะเป็นผู้เลือกวิธีผ่าตัดที่เหมาะสม บางรายอาจต้องใช้ 1-2 วิธีรวมกัน เพื่อให้ได้ผลที่ดีที่สุดและเป็นธรรมชาติมากที่สุด

การเตรียมตัวก่อนผ่าตัด

ท่านที่สูบบุหรี่หรือควรงดสูบบุหรี่ ประมาณ 2 สัปดาห์ ก่อนผ่าตัด ควรงดยาบางประเภท เช่น aspirin หรือยาพวก minoxidil ซึ่งมักรับประทานเพื่อกระตุ้นรากผม เนื่องจากอาจทำให้เกิดปัญหาเลือดออกมากผิดปกติระหว่างผ่าตัด

¹ <http://www.plasticsurgery.or.th/known/head1.html>

การผ่าตัดปลูกผม

สามารถทำได้ โดยใช้ยาเฉพาะที่ ไม่ต้องใช้ยาสลบ ท่านจึงไม่จำเป็นต้องงดอาหาร สามารถทำเสร็จแล้วกลับไปได้เลย แต่การผ่าตัดใช้เวลา 3-6 ชั่วโมง

ขั้นตอนการผ่าตัดประกอบด้วย

แพทย์จะเริ่มฉีดยาบริเวณท้ายทอย เพื่อนำเอาผมจากบริเวณนี้มาปลูกในบริเวณที่ต้องการ ซึ่งส่วนใหญ่มักเน้นด้านหน้า จากนั้นแพทย์จะทำการแบ่งเส้นผมและรากผมออกเป็นกลุ่มเล็กๆ ตั้งแต่ 3-5 ราก หรือ 1-2 ราก หลังจากนั้นจึงนำรากผมที่แบ่งเรียบร้อยแล้วมาปลูกบริเวณที่ต้องการ

การดูแลหลังผ่าตัด

ส่วนใหญ่แพทย์จะพันศีรษะบริเวณที่ทำผ่าตัดไว้ ประมาณ 1-4 วัน แล้วแต่กรณี จากนั้น จึงเปิดแผลออกทำความสะอาด ไม่ต้องปิดแผล และท่านสามารถสระผมหรือทำความสะอาดศีรษะได้ ท่านจะไปทำงานในวันรุ่งขึ้นหรือรอหลังจากตัดไหมบริเวณท้ายทอยเรียบร้อยแล้วก็ได้ (ประมาณ 7-10 วัน) หลังผ่าตัดผมที่ปลูกแล้วอาจเจ็บโดยยาวต่อไปหรือบางครั้งผมที่ปลูกไว้ อาจร่วงหลุดไปได้ภายใน 6 สัปดาห์แรก ซึ่งเป็นภาวะปกติที่เกิดขึ้นได้ หลังจากนั้น 6-8 สัปดาห์ ผมก็จะงอกขึ้นมาแทนที่ ในตำแหน่งเดิม (ในภาวะปกติแล้ว เส้นผมจะงอกในอัตราประมาณ 1/2 นิ้ว ต่อเดือน)

หลังผ่าตัด 3-6 เดือน ท่านจะเริ่มเห็นผมที่ปลูกไว้งอกขึ้นมา ซึ่งจะไม่หนาแน่นเท่าเส้นผมปกติ แต่ก็ช่วยเสริมบุคลิกของท่านให้ดีขึ้นได้ ถ้าต้องการให้ผมดูหนาขึ้นก็สามารถทำการผ่าตัดเพื่อเพิ่มเติมเส้นผม ด้วยวิธีการเช่นเดิมอีกครั้งตามที่ต้องการ

ศัลยกรรมตา 2 ชั้น (Upper – Lower eyelid surgery)¹

¹ สมาคมศัลแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย <http://www.plasticsurgery.or.th/know/eye2.html>

การผ่าตัดบริเวณเปลือกตาบนที่เรียกว่าการทำตา 2 ชั้นนั้นสามารถแบ่งกลุ่มการผ่าตัดออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การผ่าตัดในผู้ที่มีตาชั้นเดียวหรือมี 2 ชั้นอยู่แล้ว แต่ขนาดของชั้นค่อนข้างเล็กหรือที่เรียกว่า ตา 2 ชั้นหลบใน กรณีนี้ไม่มีผิวหนังส่วนเกินที่ต้องตัดออกมากนัก มักทำในคนอายุน้อย
2. การผ่าตัดในผู้ที่มีตา 2 ชั้นอยู่เดิม ต่อมาเมื่อมีอายุมากขึ้นหนังตาเริ่มตกมาบัง ทำให้ชั้นตาดูเล็กลง วิธีการผ่าตัดในผู้ป่วย 2 ประเภทนี้มีหลักการเช่นเดียวกันจะต่างกันในเรื่องของปริมาณของผิวหนังที่ต้องตัดออก

วิธีการผ่าตัด

เริ่มจากการกำหนดตำแหน่งที่จะเป็นแนวชั้นของตาที่เหมาะสมและดูสวยงาม ซึ่งขึ้นกับประสบการณ์ของศัลยแพทย์ (ในผู้ที่มีชั้นเหมาะสมแล้วก็สามารถใช้แนวชั้นเดิม และตัดเฉพาะผิวหนังส่วนเกิน และไขมันออกเท่านั้น) เมื่อได้ตำแหน่งแนวของชั้นแล้ว แพทย์จะประมาณขนาดของผิวหนังที่ส่วนเกินที่ต้องตัดออก ถ้ามีหนังส่วนเกินมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณหางตา แนวแผลที่จะผ่าตัดก็จำเป็นต้องยาวออกมาทางด้านข้าง เพื่อเก็บผิวหนังส่วนเกินให้หมด จะทำให้ได้รูปตาที่สวยงาม หลังจากนั้นแพทย์จะเริ่มฉีดยาเฉพาะที่ ให้บริเวณที่จะทำผ่าตัด ผู้ป่วยจะมีอาการเจ็บเล็กน้อยเวลาฉีดยา เวลาทำผ่าตัดจะรู้สึกเจ็บปวด แพทย์บางท่านอาจนิยมให้ยานอนหลับชนิดรับประทานหรือยาฉีดร่วมด้วยเพื่อให้ผู้ป่วยไม่รู้สึกเจ็บเวลาฉีดยาแต่อาจมีข้อเสียคือ การลืมตาและหลับตาระหว่างการผ่าตัดอาจไม่คงที่เพราะผลจากยานอนหลับ ทำให้อาจได้ชั้นของตา ที่ไม่สวยงามตามที่หวังไว้ได้ (แต่อาจไม่เป็นเช่นนั้นเสมอไปขึ้นกับประสบการณ์ของศัลยแพทย์เป็นสำคัญ)

เมื่อเย็บปิดบาดแผลที่ผิวหนังแล้ว แพทย์จะเริ่มผ่าตัดโดยการใช้นิรโรคีตบริเวณผิวหนังที่ได้กำหนดแนวไว้ ตัดผิวหนังและไขมันส่วนเกินออก หลังจากนั้นจึงทำการเย็บกำหนดชั้นตามที่ต้องการ ก่อนจะเย็บปิดบาดแผลที่ผิวหนัง

เทคนิคการผ่าตัดที่ควรรู้

1. การใช้ laser ช่วยในการผ่าตัดแพทย์บางท่านอาจนิยมใช้วิธีนี้ แต่ควรทำความเข้าใจว่า laser มีประโยชน์เพียงทดแทนการใช้มีดเท่านั้น ซึ่งอาจช่วยให้บาดแผลมีเลือดออกน้อยกว่ากันบ้าง (ปกติการผ่าตัดตาก็มีการเสียเลือดน้อยมากอยู่แล้ว) การใช้ laser ไม่ได้ทำให้แผลสวยกว่า

ปกติ แต่อาจทำให้แผลบริเวณผ่าตัด มีอาการปวดน้อยกว่าบ้างหลังผ่าตัด เพราะ laser อาจทำให้เกิดการซาของปลายประสาทบริเวณที่ laser ผ่าน ความสวยงามของชั้นของตา ขึ้นกับการกำหนดชั้น และประสบการณ์ของแพทย์มากกว่า

2. การผ่าตัดโดยที่พยายามให้มีบาดแผลบริเวณเปลือกตาน้อยกว่าวิธีมาตรฐานโดยทั่วไป หรือใช้วิธีเย็บให้เกิดชั้นโดยไม่ต้องกรีดแผลบริเวณเปลือกตา ก็เป็นวิธีการผ่าตัดที่มีการใช้กันอีกวิธีหนึ่ง เหมาะสำหรับคนที่มีตาชั้นเดียว เปลือกตาบาง ไม่มีไขมันหรือผิวหนังส่วนเกิน สามารถใช้วิธีนี้ได้ดี เพราะทำได้ง่าย และเร็ว แต่ความแน่นอนของวิธีนี้และความคงทนถาวรของแนวชั้นที่กำหนด ยังแตกต่างกันตามฝีมือของแพทย์

3. การผ่าตัดตา ไม่ว่าจะวิธี 1, 2 หรือวิธีกรีดบริเวณเปลือกตาตามมาตรฐานโดยทั่วไปก็ตาม มักไม่ค่อยมีร่องรอยแผลเป็นอยู่แล้ว ในระยะแรก หลังผ่าตัดใหม่ๆอาจเห็นได้บ้างเฉพาะเวลาหลับตา เมื่อเวลาผ่านไป 3-6 เดือน ก็จะจางลงจนแทบไม่เห็นร่องรอย ดังนั้นสิ่งที่ควรสนใจคือ ทำอย่างไรจะได้ชั้นตาที่สวยงาม ดูเป็นธรรมชาติ มากกว่าความยาว-สั้น ของแผลซึ่งต่อไปจะไม่ค่อยเห็นอยู่แล้ว

การดูแลหลังผ่าตัด

หลังผ่าตัดวันแรกให้ประคบบริเวณผ่าตัดด้วยความเย็น อาจใช้ผ้าเย็น หรือ gel pack ที่มีวางขายทั่วไป เพื่อให้หลอดเลือดหดตัว จะได้ไม่มีเลือดออกหลังผ่าตัด วันที่ 3 หลังผ่าตัดให้ประคบด้วยผ้าชุบน้ำอุ่นเพื่อลดอาการบวม แผลที่เย็บไว้สามารถติดได้ภายใน 5-7 วัน หลังผ่าตัด

อาการแทรกซ้อน

การผ่าตัดตา 2 ชั้น เป็นการผ่าตัดที่มีความปลอดภัยสูง ถ้าทำถูกวิธี อาการแทรกซ้อนทางสายตา พบได้น้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย ที่พบบ้างคือปัญหา เรื่องความสวยงามของชั้นตา มากกว่า เช่น ชั้น 2 ข้างมีความต่างกัน, แผลผ่าตัดมีเลือดออก, มีรอยเขียวช้ำ, รอบดวงตาซึ่งมักหายได้เอง ชั้นมีขนาดใหญ่ หรือเล็กเกินไป หรือ หลับตาได้ไม่สนิท

ปัญหาเรื่องความสวยงามเหล่านี้ พบได้บ้างแต่ไม่บ่อยนัก ซึ่งเป็นธรรมดาของการผ่าตัดทั่วไป ศัลยแพทย์ตกแต่งที่ผ่านมาอบรมด้านนี้มาโดยตรง และผ่านการรับรองจากแพทย์สภา ร่วมกับประสบการณ์ที่เพียงพอ จะทำให้ปัญหาเหล่านี้ลดลง และมีโอกาสที่จะได้รูปร่างของชั้นตา

ที่สวงามตามความประสงค์ของท่าน โดยที่ท่านต้องไม่ลืมว่าท่านได้ให้เวลาในการปรึกษา และหาข้อมูลที่ถูกต้อง ก่อนจะตัดสินใจเข้ารับการรักษา

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ศัลยกรรม ตา 2 ชั้น

สำรวจดูความตื่นตาตื่นใจในเมืองนี้แล้ว ยังมีอีกหลายสิ่งที่น่าสนใจ และคุณยังมีเวลาพักผ่อนหย่อนใจริมทะเลก่อนที่จะเดินทางกลับด้วยรูปลักษณ์ใหม่แห่งดวงตา

โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบไปด้วย

- * ค่าธรรมเนียมทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
- * ห้องพัก 6 คืน 7 วัน ที่หาดป่าตอง หรือ หาดกะตะ
- * รับประทานอาหารค่ำ และชมโชว์ตระการตาที่ภูเก็ตแฟนตาซี
- * ท่องเที่ยว สำรวจที่ภูเก็ตเต็มๆวัน พร้อมอาหารกลางวัน
- * มีรถรับ-ส่ง

กิจกรรมตามตารางเวลา

วันที่ 1 เจอกันที่ท่าอากาศยานระหว่างประเทศภูเก็ต และยินดีต้อนรับสู่โรงแรมที่พัก/ เข้าคอร์สตรวจร่างกายที่โรงพยาบาล/ รับประทานอาหารค่ำ และชมโชว์ตระการตาที่ภูเก็ตแฟนตาซี

วันที่ 2 ศัลยกรรมตา 2 ชั้น เสร็จภายในวันนั้น/ พักผ่อนตามอัธยาศัยที่โรงแรม

วันที่ 3 พักผ่อนตามอัธยาศัยที่โรงแรม หรือเดินเล่น สำรวจบริเวณใกล้เคียง 1 วัน

วันที่ 4 พักผ่อนตามชายหาด หรือริมทะเลที่ใกล้กับโรงแรมที่คุณพัก

วันที่ 5 ท่องเที่ยว สำรวจภูเก็ต แบบเต็มๆวัน พร้อมอาหารกลางวัน

วันที่ 6 พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 7 ตรวจสอบผลการผ่าตัดตามขั้นตอน และตัดไหมเย็บแผลออก ที่โรงพยาบาล/ ไปส่งที่ท่าอากาศยานระหว่างประเทศภูเก็ตเพื่อเดินทางกลับ

อัตราค่าบริการ

ราคาเริ่มต้นที่ 46,000 บาท

4. บริการล้างสารพิษ (Dialysis)

สำหรับผู้ป่วยโรคไต สามารถเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้โดยสะดวก เหมือนคนปกติทั่วไป เพียงแค่แบ่งเวลาส่วนหนึ่ง สัปดาห์ละสองครั้ง ครั้งละประมาณ 3 ชั่วโมง เพื่อฟอกเลือด โดยเครื่องฟอกอันทันสมัยจากประเทศอเมริกา และประเทศเยอรมันนี โดยคิดอัตราค่าบริการประมาณ 5,500 บาท ต่อการล้างไตครั้ง

5. บริการแพทย์แผนจีน เช่น การฝังเข็ม เป็นต้น

การฝังเข็ม (Acupuncture)

คลินิกฝังเข็มเป็นคลินิกเฉพาะทางที่ให้บริการฝังเข็ม (Acupuncture) เพื่อรักษาโรคและบำรุงสุขภาพตามหลักวิชาการฝังเข็มแผนจีนและแผนประยุกต์ โดยประสานการรักษา รวมไปถึงการแพทย์แผนปัจจุบัน ซึ่งโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน จัดให้การฝังเข็มเป็นการรักษารูปแบบหนึ่งในแพทย์ทางเลือก

โรคที่สามารถรักษาด้วยวิธีการฝังเข็มอย่างได้ผล

การฝังเข็มมีฤทธิ์รักษาโรคกว้างขวางมาก สามารถใช้รักษาโรคในร่างกายได้ทุกระบบ มีกลุ่มโรคที่รักษาด้วยการฝังเข็มได้ผลดี ดังเช่น กลุ่มโรคอัมพาตชนิดต่างๆ เช่น อัมพาตครึ่งซีก, อัมพาตครึ่งท่อน, อัมพาตใบหน้า (โรคปากเบี้ยว) กลุ่มโรคปวดเส้นประสาทต่างๆ เช่น ปวดศีรษะ ไมเกรน, ปวดประสาทใบหน้า, ปวดเส้นประสาทกระเบนเหน็บ, ปวดปลายประสาทอักเสบตามปลายมือปลายเท้า เป็นต้น กลุ่มโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อและข้อ เช่น ปวดคอ, ปวดไหล่, ปวดหลัง, ปวดบั้นเอว, ปวดเอว, ปวดศอก, ปวดเข่า, ปวดข้อเท้า, โรคข้อและกระดูกสันหลังเสื่อม, โรคข้ออักเสบรูมาตอยด์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรักษาอาการต่างๆ ได้อีกด้วย เช่น ชาตามมือตามเท้า, โรคภูมิแพ้, เวียนศีรษะ, นอนไม่หลับ, ความจำเสื่อม, ผม่วง, นอนกรน, หูตึง, ประสาทหูเสื่อม, อาหารไม่ย่อย เป็นต้น

การกระตุ้นด้วยไฟฟ้า

หลังจากที่ฝังเข็มแล้วใช้สายไฟฟ้าเชื่อมติดกับเครื่องกระตุ้นไฟฟ้าพิเศษ โดยเฉพาะกระแสไฟฟ้าตรงประมาณ 9 โวลต์ จึงไม่สามารถทำให้เกิดไฟดูดได้แต่จะรู้สึกกระตุกที่กล้ามเนื้อ

เป็นจังหวะแรงพอทนได้ ทำให้เข็มกระดิกเป็นจังหวะตามกระแสไฟฟ้า และไม่ทำให้เจ็บปวดจนทนไม่ไหว

วิธีการรักษา

แพทย์จะใช้เข็มขนาดเล็กปักลงบน ผิวหนังในตำแหน่งต่าง ๆ ของร่างกาย ซึ่งเป็นจุดฝังเข็มแล้วกระตุ้นด้วยมือโดยการเคาะเข็มเบาๆ หรือใช้เครื่องกระตุ้นอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกระตุ้นระบบประสาท ระบบฮอร์โมน และระบบภูมิคุ้มกันภายในร่างกาย ซึ่งจะช่วยให้ระบบต่างๆ ในร่างกายทำงานได้สมดุลตามปกติ โดยทั่วไปแล้วจะกระตุ้นนานประมาณ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จากนั้นจึงถอนเข็มออก ในปัจจุบันเข็มที่ใช้ได้มีการพัฒนาให้ดีขึ้น ทำให้ผู้รับการรักษาอาจจะรู้สึกเจ็บเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และใช้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น ไม่มีการนำมาใช้ซ้ำ จำนวนเข็มที่ใช้ขึ้นกับสภาพโรคของผู้ป่วยแต่ละคน โดยทั่วไปแล้วใช้ประมาณ 8-20 เล่ม

อัตราค่าบริการ

ค่าบริการ ครั้งละ 800-1,200 บาท (ขึ้นอยู่กับอาการและจำนวนครั้งที่ใช้บริการ)

6. บริการแก้ไขสายตาด้วยวิธี Lasik

ถือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่รวมเข้ากับการท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ เพราะจัดการส่งเสริมการขายเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2547 ที่ผ่านมา สำหรับคุณที่มีสายตาผิดปกติ ต้องสวมแว่นหรือคอนแทคเลนส์ จึงจะมองเห็น ได้ชัดเจน คงมีบางครั้งที่จินตนาการถึงวันที่ตื่นเช้า มาแล้วสามารถมองเห็น นาฬิกาที่แขวนอยู่บนผนังได้ทันที โดย ไม่ต้องคว่ำแว่นมาสวมหรือ จินตนาการว่าสามารถว่ายน้ำหรือ ดำน้ำโดยที่มองเห็นสิ่งรอบตัวได้ชัดเจน เป็นธรรมชาติ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางจักษุวิทยา ในปัจจุบัน ทางออกใหม่ๆ และดีกว่าย้อมเกิดขึ้นเสมอ เช่น การทำ LASIK ที่กำลังฮิตกัน ในปัจจุบัน

LASIK ย่อมาจาก Laser in Situ Keratomileusis เป็นชื่อ ของการผ่าตัดแก้ไขสายตาที่ผิดปกติวิธีหนึ่ง ทำโดยการ เปิดกระจกตา (Cornea) ด้านผิวบนออก แล้วใช้ลำแสงเลเซอร์ปรับเปลี่ยนความโค้งของกระจกตาในชั้นลึกลงไป ตามที่จักษุแพทย์คำนวณไว้แล้ว จากนั้นปิดแผ่นกระจกตาที่เปิดไว้กลับลงดังเดิม เพื่อให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจนเหมือนเวลาที่สวมแว่นสายตาหรือคอนแทคเลนส์อยู่

วิธีผ่าตัดแก้ไขสายตาที่ผิดปกติทั้งสายตาสั้น (Myopia) สายตาวาว (Hyperopia) และสายตาเอียง (Astigmatism) ที่อาศัยเครื่องมือสำหรับ แยกชั้นกระจกตา (Cornea) ซึ่งเรียกว่า Microkeratome ที่มีความประณีต แม่นยำ ทำการแยกชั้นกระจกตาด้านผิวบนออกให้มีความหนา ราว 1/3 ของความหนากระจกตาทั้งหมด หรือ ประมาณ 1.6 มิลลิเมตร ซึ่งกระจกตา ส่วนที่เปิดขึ้น นี้จะมี ขั้วติดอยู่คล้ายบานพับที่ด้านหนึ่ง แล้วจักษุแพทย์จะใช้ Excimer laser ปรับเปลี่ยนความ โค้งกระจกตาที่เนื้อเยื่อ กระจกตาสวนเล็ก ลงไป ในปริมาณที่สัมพันธ์กับขนาดของสายตผิดปกติที่ ต้องการแก้ไข ตามที่ได้คำนวณไว้แล้ว ภาวะสายตาสั้น เลเซอร์จะปรับลดความโค้ง ของกระจกตา ส่วนกลางลง ส่วนในกรณีสายตาวาว (Hyperopia) จะใช้ เลเซอร์ปรับเพิ่มความโค้งของกระจกตา ส่วนกลางและใน กรณีสายตา เอียงจะใช้เลเซอร์จะปรับความโค้งของกระจกตาให้สม่ำเสมอ เมื่อ ปรับ เปลี่ยนความโค้งโดยเลเซอร์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จักษุแพทย์จะปิดกระจกตา ที่เปิดไว้ลงใน ตำแหน่งเดิม โดยไม่จำเป็นต้องเย็บแผล เนื่องจากเนื้อเยื่อ กระจกตาสวนบนจะยึดติดและสมานตัว กับกระจกตาสวนเล็กลงไปได้เอง ตามธรรมชาติ

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อัตราค่าบริการ

7 วัน 6 คืน ราคาเริ่มต้นที่ 85,000 บาท/ คน

9 วัน 8 คืน ราคาเริ่มต้นที่ 88,000 บาท/ คน

กิจกรรม

วันที่ 1 ยินดีต้อนรับสู่สนามบินนานาชาติภูเก็ต ส่งเข้าที่พักตามรีสอร์ทต่างๆที่ท่านเลือก

วันที่ 2 ช่วงเช้าทดสอบสายตาแบบครบขั้นตอน และตอนบ่ายทำ Lasik/ รดส่งกลับที่

พัก/ พักผ่อนตามอัยาศัย

วันที่ 3 รถรับมาพบแพทย์เพื่อตรวจผลหลังการทำ Lasik ส่งกลับที่พักและพักผ่อนตาม

อัยาศัย

วันที่ 4-7 พักผ่อนตามอัยาศัย

วันที่ 8 รถมารับเพื่อติดตามผลการรักษาที่โรงพยาบาล/ รดส่งกลับที่พัก

วันที่ 9 Check out/ รดส่งที่สนามบินนานาชาติภูเก็ต

7. บริการตลอดบุตร

การบริการของเราจะเริ่มต้นก่อนที่ลูกค้าจะมาถึงจังหวัดภูเก็ต ทางโรงพยาบาลจะจัดเตรียมที่พักและรถรับส่งไปยังปลายทางที่ต้องการไว้ล่วงหน้า การประสานงานกับทีมงานต่างประเทศจะแจ้งให้ลูกค้าทราบโดยนัดแรกจะเป็นการนัดพบกับสูตินรีแพทย์ก่อน หลังจากนั้นก็ทำการตรวจอายุครรภ์หรือกำหนดคลอดและเตรียมตารางนัดให้ เราจะดูแลเรื่องรถโดยสารที่ใช้ในการเดินทางระหว่างที่พักมายังโรงพยาบาล

โดยปกติแล้วลูกค้าจำเป็นต้องพบสูตินรีแพทย์ที่โรงพยาบาล เมื่ออายุครรภ์ครบ 28 สัปดาห์ และมีการพบแพทย์ 8 ครั้งเพื่อการเตรียมตัวก่อนคลอดจริง

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ภูเก็ต...เมืองที่ลูกน้อยของคุณสามารถคลอດได้อย่างสบายเหมือนแดนสวรรค์

ภูเก็ต เคยได้รับการขนานนามว่า เป็นไข่มุกแห่งอันดามัน ที่นำพาผู้คนนับพันๆคนให้มาเที่ยวที่เมืองสวรรค์แห่งนี้ มีทั้งป่าไม้สีเขียวมรกต น้ำทะเลสีฟ้าใส พร้อมทั้งรอยยิ้มมากมาย ผสมผสานวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของเมืองภูเก็ต

บุคลากรทีมทำคลอດ

ประกอบด้วย สูตินารีแพทย์ กุมารแพทย์ ผู้ช่วยแพทย์ ผู้เกี่ยวข้องที่จำเป็น วิชาญญีแพทย์

สิทธิประโยชน์

ทารกคนใหม่ของคุณจะได้รับผลประโยชน์ จากการดูแลเอาใจใส่อย่างดีจากนางพยาบาล ทีมพยาบาลของเราจะจัดหาและเตรียมคำแนะนำในสิ่งจำเป็นหลังจากที่คุณกลับไปพักฟื้นที่โรงแรมหรือที่บ้าน อย่างเช่นให้คำแนะนำในการดูแลทารกและตัวคุณแม่เอง คำแนะนำด้านโภชนาการ การตรวจสอบรอบเดือน การมีเพศสัมพันธ์ และการให้คำแนะนำอื่นๆ เท่าที่คุณต้องการ

หลังคลอດ

- * คุณแม่จะต้องกลับมาพบแพทย์ เพื่อทำการตรวจเช็คหัวนม หลังคลอດ 1 เดือน
- * ทารกจะต้องกลับมาพบแพทย์หลังจากคลอດ 1 สัปดาห์, 1 เดือน, และ 2 เดือนเพื่อตรวจสุขภาพและวัคซีน (ปฏิกัม)

อัตราค่าบริการ

คลอດปกติ (คลอດเอง) : 39,000 – 52,000 บาท (ไม่รวมค่าดูแลก่อนและหลังคลอດ)

คลอດโดยการผ่าท้อง : 65,000 – 78,000 บาท (ไม่รวมค่าดูแลก่อนและหลังคลอດ)

8. คลินิกผิวพรรณและความงาม

การแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยว พักผ่อนอย่างมีความสุข มาเพิ่มความสดใส สดชื่น และดูอ่อนกว่าวัย ด้วยการให้บริการที่คลินิกผิวพรรณและความงาม ซึ่งให้บริการรักษา

โรคผิวหนังและความงาม ด้วยประสบการณ์และความชำนาญของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านโรคผิวหนัง ศัลยกรรม เลเซอร์ผิวหนัง และศาสตร์แห่งความงาม เช่น โปรแกรมการดูแลผิวหนัง โปรแกรมควบคุมน้ำมัน โปรแกรมการยกกระชับ เป็นต้น

บริการดูแลผิวหน้า (Facial)

บริการดูแลผิวหน้า (Facial) โดยใช้เทคนิค Face Spa เพื่อสัมผัสประสบการณ์การปรนนิบัติผิวอย่างล้ำลึกด้วยคุณค่าจากธรรมชาติครบทุกชั้นตอน เพื่อคืนความชุ่มชื้น และผ่อนคลายสูงสุดให้กับผิวหน้าที่ถูกค้ำต้องการโดยคดสรรมาให้ตรงกับทุกสภาพผิว

1. Facial For Oily Skin (ทรีทเม้นพิเศษสำหรับผิวมันและผิวผสม) ช่วยลดและขจัดน้ำมันส่วนเกิน ให้ความชุ่มชื้น กระชับรูขุมขนผิวหน้าผ่องใสเนวลเนียนปราศจากความมัน
2. Facial For Normal to Dry Skin (ทรีทเม้นพิเศษสำหรับผิวธรรมดาและผิวแห้ง) บำรุงให้ความชุ่มชื้น เบาลบาย ผิวหน้านวลเนียน ผ่องใสขึ้น

การฉีด BotulinumToxin-A

คุณสมบัติในการรักษา

BotulinumToxin-A หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า BTA มีความปลอดภัยในการใช้เป็นอย่างมากและสามารถรักษาโรคต่างๆได้มากมายในด้านความงามนำมาใช้ในการลดรอยย่นต่างๆบนใบหน้าให้ดูอ่อนวัยขึ้น ได้แก่ ลบรอยย่นบริเวณหน้าผาก ลบรอยย่นระหว่างคิ้ว ลบรอยตีนกา และรอยย่นรอบดวงตา ลบรอยย่นรอบปาก และร่องแก้ม ลบรอยย่นบริเวณลำคอ

นอกจากนี้แล้ว BTA ยังสามารถแก้ไขรูปหน้าสำหรับคนที่มีใบหน้าเหลี่ยมให้ดูเรียวยาวได้และลดเหงื่อที่ออกมากบริเวณรักแร้ฝ่ามือและฝ่าเท้า การฉีด BotulinumToxin-A หรือ BTA จะต้องทำโดยแพทย์ผู้ชำนาญการที่ได้รับการฝึกอบรมอย่างถูกต้องเท่านั้น

ข้อดีของ BotulinumToxin-A หรือ BTA

- สามารถใช้รักษารอยย่นต่างๆที่เกิดจากการแสดงสีหน้า ได้ผลดีโดยไม่ต้องผ่าตัด ทำศัลยกรรม

- ใช้เวลาในการฉีดเพียง 5-10 นาทีเท่านั้นไม่ต้องใช้เวลาในการพักฟื้นและสามารถทำกิจกรรมได้ตามปกติ
- ไม่ต้องพบกับข้อเสียจากการผ่าตัด เช่น บวมปวดแผล มีแผลเป็นหรือข้อแทรกซ้อนอื่นๆที่รุนแรง
- ใช้ยาปริมาณเพียงเล็กน้อยในการฉีดและใช้เข็มที่มีขนาดเล็กที่สุดในการฉีดซึ่งจะรู้สึกเหมือนมดกัดเท่านั้น
- เห็นผลเร็วเพียงไม่กี่วันคุณก็รู้สึกได้ว่าริ้วรอยหายไป
- ใช้ได้ผลดีเท่าๆกันทั้งผู้หญิงและผู้ชาย
- สามารถนำไปใช้ร่วมกับคอลลาเจนฟิลเลอร์หรือเลเซอร์ได้

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

| | | |
|---|------------------|-------------------------|
| อัตราค่าบริการ | | |
| 3 วัน 2 คืน ราคาเริ่มต้นที่ 17,900 บาท/ คน | | |
| กิจกรรม | | |
| วันที่ 1 วันศุกร์ ยินดีต้อนรับสู่สนามบินนานาชาติภูเก็ต และรถจะไปส่งที่โรงพยาบาล/ ตรวจ รักษาด้วยการฉีด Botox จากนั้นรถจะไปส่งไปที่ที่พัก (โรงแรม/ รีสอร์ท ระดับ 3-4 ดาว) | | |
| วันที่ 2 พักผ่อนตามอัธยาศัย | | |
| วันที่ 3 Check out/ เดินทางสู่สนามบิน | | |
| การส่งเสริมการขายโปรแกรมดูแลผิวหน้า | | |
| โปรแกรมที่ 1 | Peal Package | ราคาเริ่มต้น 5,000 บาท |
| โปรแกรมที่ 2 | Platinum Package | ราคาเริ่มต้น 6,800 บาท |
| โปรแกรมที่ 3 | Diamond Package | ราคาเริ่มต้น 10,000 บาท |

9. บริการแพทย์แผนไทย

การแพทย์แผนไทยเป็นศาสตร์และศิลป์หรือภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยที่ถ่ายทอดมายังคนรุ่นหลังหลายร้อยปีมาแล้ว เป็นการแพทย์ที่มีการผสมผสานของความรู้ทางวิทยาศาสตร์กับความรู้แพทย์โบราณได้อย่างลงตัวและมีผลในการบำบัดรักษาโรคได้อย่างดีเยี่ยม

การแพทย์แผนไทยเป็นการแพทย์แบบองค์รวมที่ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทุกอย่างที่มีผลกระทบต่อสุขภาพทั้งร่างกาย จิตใจ และสังคม ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีและวิถีดั้งเดิมของคนไทย นอกจากนี้ยังใช้วิธีการบำบัดรักษาโดยวิถีธรรมชาติ เช่นการนวด การอบสมุนไพร และการยาสมุนไพร เป็นต้น

- 1.1. นวดฝ่าเท้า (Foot Massage)
- 1.2. นวดน้ำมัน (Oil Massage)
- 1.3. นวดตัว (Body Massage)
- 1.4. นวดแบบไทยเพื่อสุขภาพ การประคบด้วยลูกประคบสมุนไพร (Thai Massage (Tradition Thai) with Hot Compression) เพื่อบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

| | | | |
|--|-------------|------------|---------|
| โปรแกรมนวดเพื่อสุขภาพเต็มรูปแบบ ภายใต้บรรยากาศ Tropical Oriental Style | | | |
| สำหรับผู้ที่ใช้บริการโปรแกรมตรวจสุขภาพ สามารถใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพ ลดทันที 50% | | | |
| อัตราค่าบริการ | | | |
| นวดฝ่าเท้า (Foot Massage) | จาก 400 บาท | เหลือเพียง | 200 บาท |
| นวดน้ำมัน (Oil Massage) | จาก 600 บาท | เหลือเพียง | 300 บาท |
| นวดตัว (Body Massage) | จาก 600 บาท | เหลือเพียง | 300 บาท |

ภาคผนวก 2
แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

◆ ข้อมูลส่วนตัว

1. ภูมิลำเนา
2. ศาสนา
3. เพศ
 - ชาย หญิง
4. อายุ
 - ต่ำกว่า 18 ปี
 - 19-25 ปี
 - 26-35 ปี
 - 36-45 ปี
 - 46-60 ปี
 - 61 ปีขึ้นไป
5. อาชีพ
 - ข้าราชการ
 - ลูกจ้างหน่วยงานเอกชน
 - ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - นักเรียน/นักศึกษา
 - วิชาชีพอิสระ (เช่น มัคคุเทศก์, ทนายความ, แพทย์ เป็นต้น)
 - ว่างาน, ไม่ได้ประกอบอาชีพ
 - อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ต่อเดือน
 - ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 10,001- 15,000 บาท
 - 15,001- 30,000 บาท
 - 30,001- 50,000 บาท
 - มากกว่า 50,000 บาท

◆ ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของคุณ

7. คุณเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตด้วยวิธีใด

- ชื่อแพคเกจทัวร์
- เดินทางด้วยตัวเอง
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

8. จำนวนวันท่องเที่ยวพักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ต.....วัน

9. เหตุผลที่ทำให้คุณเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การโฆษณา/ การประชาสัมพันธ์
- ได้รับการบอกกล่าวจากบุคคลอื่น
- เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง
- มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
- กิจกรรมการท่องเที่ยวน่าสนใจ
- ค่าเงิน/ ค่าครองชีพ
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

10. กิจกรรมการท่องเที่ยวของคุณ

- การท่องเที่ยวโดยทั่วไป (ชายทะเล, การแสดง, ชมความบันเทิงอื่นๆ)
- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ ผจญภัย
- การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ/ การกีฬา
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

11. คุณวางแผนงบประมาณในการท่องเที่ยวครั้งนี้เป็นจำนวนเงินเท่าไร (ต่อคน)

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 1,0001– 15,000 บาท
- 1,5001– 30,000 บาท
- 30,001– 50,000 บาท
- มากกว่า 50,001 บาท

12. คุณเคยใช้บริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพหรือไม่?

- เคย
- ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 17)

13. ถ้าเคย คุณเคยใช้บริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพประเภทใดบ้าง?

- นวดแผนไทย
- เมดิเคิล สปา
- สุขภาพและความงาม
- ตรวจสุขภาพ
- การรักษา (ทำฟัน, ล้างสารพิษ เป็นต้น)
- ผ่าตัด/ ศัลยกรรมตกแต่ง
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

14. คุณคิดว่า คุณจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่?

- จะกลับมาอีกแน่นอน
- ไม่กลับมาแน่นอน
- ไม่แน่ใจ

15. เหตุผลที่คุณเลือกมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สถานที่
- การบริการ
- ราคา
- การส่งเสริมการขาย
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

16. คุณรู้จักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลจากแหล่งใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อินเทอร์เน็ต
- บริษัทนำเที่ยว
- สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์/นิตยสาร, แผ่นพับ เป็นต้น)
- งานแสดงสินค้า
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.)
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

17. หากคุณไม่เคยท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, ถ้าคุณมีโอกาส คุณจะเลือกใช้บริการใด

- นวดแผนไทย
- เมดิเคิลสปา
- สุขภาพและความงาม
- ตรวจสุขภาพประจำปี
- การรักษา (ทำฟัน, ล้างสารพิษ เป็นต้น)
- ผ่าตัด/ ศัลยกรรมตกแต่ง
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

ตารางให้คะแนนความคาดหวังก่อนใช้บริการกับระดับความพึงพอใจหลังใช้บริการ

| เกณฑ์ชี้วัด | ระดับความคาดหวัง | | | | | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. องค์ประกอบทางกายภาพของโรงพยาบาล เช่น การตกแต่งสถานที่ สถานที่พักรอรับ- บริการ 2. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้- บริการของโรงพยาบาล 3. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล- ที่จะให้บริการ สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้- ทันที 4. ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และอัธยาศัยของผู้ให้บริการ 5. ความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ- ของโรงพยาบาล 6. ราคาค่าบริการ 7. คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ สินค้า หรือ- การบริการ - นวดแผนไทย/ แพทย์แผนไทย - คลินิกฝังเข็ม - ตรวจสุขภาพ - คลินิกทันตกรรม - คลินิกศัลยกรรมตกแต่ง - ผิวดูพรรณและความงาม/ เมดิคอล สปา - ล้างสารพิษ - อื่นๆ..... | | | | | | | | | | |

ระดับค่าคะแนนความคาดหวัง

- 5= มากที่สุด หมายถึง
- 4= มาก หมายถึง
- 3= ปานกลาง หมายถึง
- 2= น้อย หมายถึง
- 1= ไม่คาดหวัง หมายถึง

ระดับค่าคะแนนความพึงพอใจ

- 5= มากที่สุด หมายถึง
- 4= มาก หมายถึง
- 3= ปานกลาง หมายถึง
- 2= น้อย หมายถึง
- 1= ต้องปรับปรุง หมายถึง

ให้ระดับคะแนนความคาดหวังสูงสุด

ให้ระดับคะแนนความคาดหวังสูง

ให้ระดับคะแนนความคาดหวังกลางๆ

ให้ระดับคะแนนความคาดหวังน้อย

ให้ระดับคะแนนไม่ได้คาดหวัง

ให้ระดับคะแนนความพึงพอใจมากที่สุดจนเกิดความประทับใจ

ให้ระดับคะแนนความพึงพอใจมาก

ให้ระดับคะแนนความพึงพอใจกลางๆ

ให้ระดับคะแนนพึงพอใจน้อยและไม่พึงพอใจบางอย่าง

ให้ระดับคะแนนไม่พึงพอใจเลย

ข้อเสนอแนะ



Researching for health tourism activities in hospital

◆ ABOUT YOU

1. **Residence**

2. **Nationality**

3. **Gender**

Male Female

4. **Age**

Not over 18 years old

19–25 years old

26-35 years old

36-45 years old

46-60 years old

Over 61 years old

5. **Occupation**

Government Officer / Government Enterprise

Employee

Private Job

Student / Collegian

Retirement

Professional

Other

6. **Income / Salary per month**

Not over 10,000 Baht

1,0001– 15,000 Baht

1,5001– 30,000 Baht

30,001– 50,000 Baht

Over 50,001 Baht

● ABOUT YOUR HOLIDAY

7. Have you ever been Thailand?

- Yes, this is the.....time.
- No

8. How do you arrange this trip?

- Arrange by travel agency
- Arrange by yourself
- Others (please specify)

9. The time spent on traveling in Phuket province is.....day(s)

10. What motivate you to choose Phuket as your destination?

(You can choose more than one choice.)

- Advertising/Public Relation
- Someone Recommends
- Famous Tourism Attractions
- Full of facilities
- Interesting tourism activities
- Worth money
- Others (please specify)

11. Tour & Activities?

- General Tourism (Beach Tourism, Entertainment Tourism, and other)
- Ecotourism & Adventure Tourism
- Health & Sport Tourism
- Others (please specify)

12. Have you ever try these services in Thailand?

- Thai massage
- Health & Beauty
- Treatments (Rejuvenation, Dental, Dialysis etc.)
- Surgery (Plastic Surgery Procedures, Hip or Knee Replacements etc.)
- Others (please specify)
- Medical Spa
- Annual Check ups

13. Do you think that you will come back to use again?

- Yes, within.....year(s)
- No
- Uncertain

14. If so , why you choose these service in Thailand ? (You can choose more then one choice)

- Place
- Service
- Price
- Promotion
- Others (please specify)

15. If not , What's your interesting service that you want to try ?

- Thai massage
- Health & Beauty
- Treatments (Rejuvenation, Dental, Dialysis etc.)
- Surgery (Plastic Surgery Procedures, Hip or Knee Replacements etc.)
- Others (please specify)
- Medical Spa
- Annual Check ups

16. How do you get the information of health tourism activities in hospital? (You can choose more than one choice.)

- Internet
- Travel agencies
- General printing (newspapers /magazines, etc.)
- Tourism exhibition
- Thai Embassy
- Tourism Authority of Thailand (TAT)
- Others (please specify)

17. What is the typical planning value of your (main) holiday per person?

- Not over 10,000 Baht
- 1,0001– 15,000 Baht
- 1,5001– 30,000 Baht
- 30,001– 50,000 Baht
- Over 50,001 Baht

Measurement of Hospital's Customer Satisfaction

| Descriptions | Expectations | | | | | Satisfaction | | | | |
|--|--------------|---|---|---|---|-------------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. Tangible | | | | | | | | | | |
| 19. Reliability | | | | | | | | | | |
| 20. Responsiveness | | | | | | | | | | |
| 21. Assurance | | | | | | | | | | |
| 22. Empathy | | | | | | | | | | |
| 23. Price of traveling product | | | | | | | | | | |
| 24. Qualities of service sort by type of Clinic | | | | | | | | | | |
| Thai Massage | | | | | | | | | | |
| Acupuncture | | | | | | | | | | |
| Check-up | | | | | | | | | | |
| Dentistry | | | | | | | | | | |
| Surgery | | | | | | | | | | |
| Rejuvenation Treatment | | | | | | | | | | |
| Dialysis | | | | | | | | | | |
| Other..... | | | | | | | | | | |
| Expectation Indicator | | | | | | Satisfaction Indicator | | | | |
| 5 = Extremely Expectation | | | | | | 5 = Extremely Satisfied | | | | |
| 4 = Very Expectation | | | | | | 4 = Very Satisfied | | | | |
| 3 = Somewhat Expectation | | | | | | 3 = Somewhat Satisfied | | | | |
| 2 = Unexpected | | | | | | 2 = Unsatisfied | | | | |
| 1 = Very Unexpected | | | | | | 1 = Very Unsatisfied | | | | |

Suggestion