



กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
Department of Health Service Support

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

การจ้างทำการวิจัยและสำรวจเพื่อดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้าน
เพื่อการจัดทำศูนย์รองรับนโยบาย



กองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

2562



กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
Department of Health Service Support

**รายงานผลการวิจัยและสำรวจข้อมูลด้านบริการสุขภาพและบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพของไทย
ประกอบการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub**

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ชื่อหนังสือ รายงานผลการวิจัยและสำรวจข้อมูลด้านบริการสุขภาพและบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพของไทย
ประกอบการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub

ISBN 978-616-11-4126-4

พิมพ์ครั้งที่ 1 พฤศจิกายน 2562

จำนวนพิมพ์ 53 เล่ม

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

กองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2562).
รายงานผลการวิจัยและสำรวจข้อมูลด้านบริการสุขภาพและบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพของไทย
ประกอบการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub. กรุงเทพฯ : พิมพ์ทันใจ,
216 หน้า.

ISBN : 978-616-11-4126-4



จัดพิมพ์โดย กองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
กระทรวงสาธารณสุข

เลขที่ 88/44 ชั้น 5 หมู่ 4 ซอย 8 ถนน ติวานนท์

ตำบล ตลาดขวัญ อำเภอ เมืองนนทบุรี จังหวัด นนทบุรี 11000

โทร 02 193 7014 โทรสาร 02 149 5630

สงวนลิขสิทธิ์ โดย กองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข
ห้ามลอกเลียนเปลี่ยนแปลงหรือเผยแพร่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือทั้งหมดของรายงานเล่มนี้ นอกจาก
จะได้รับอนุญาตความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์

พิมพ์เผยแพร่โดย : ห้างหุ้นส่วนจำกัด พิมพ์ทันใจ (สำนักงานใหญ่)

PIMTANJAI

== โรงพิมพ์ทันใจ พร้อมให้บริการผลิตสิ่งพิมพ์ทุกชนิด ==

เลขที่ 1053/20 ถนนเอกชัย แขวงคลองบางบอน เขตบางบอน
กรุงเทพมหานคร 10150

โทรศัพท์ 02-415-4944-5 แฟกซ์ 02-415-4946

Website: www.pimtanjai.com

E-mail: pimtanjai999@gmail.com

คำนำ

คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบหลักการยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569) เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2559 โดยในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ มีกลยุทธ์ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบบริหารจัดการให้มีความพร้อม เพื่อสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ซึ่งในกลยุทธ์ดังกล่าว ได้ระบุกิจกรรมที่จะต้องพัฒนาในด้านระบบสารสนเทศและข้อมูลที่สำคัญรองรับนโยบาย Medical Hub เป็นกิจกรรมหลัก เพื่อสร้างฐานข้อมูลสนับสนุนแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ และส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อมูลด้าน Medical Hub กระจายอยู่ตามหน่วยงานต่างๆ ยังไม่มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลไว้อย่างเป็นระบบ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพจึงได้เสนอ (ร่าง) การจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub เสนอคณะกรรมการอำนวยการและพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้าน Medical Hub และ Wellness Tourism และคณะกรรมการฯ เห็นชอบให้บูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อมูลจากหน่วยงานภายในกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ 2) ข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกกรมฯ และ 3) ข้อมูลที่ยังไม่มีหน่วยงานใดจัดเก็บจำเป็นต้องจัดเก็บเพิ่มเติมโดยวิธีการเฉพาะ เช่น การทำวิจัย หรือการสำรวจ ให้ได้มาซึ่งข้อมูล ดังนั้นจึงได้ดำเนินการจ้างทำการวิจัยและสำรวจ เพื่อดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้าน Medical Hub เพื่อการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub โดยมอบหมายให้บริษัท เอ็น บี เอส รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลต์ติง จำกัด ดำเนินการวิจัยและสำรวจฯ

การดำเนินการวิจัยและสำรวจฯ สามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยได้รับการสนับสนุนข้อมูลและการประสานงานกับโรงพยาบาลเป็นอย่างดีจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ รวมทั้งได้รับความร่วมมืออย่างดีจากโรงพยาบาลที่อนุเคราะห์ให้เข้าสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ และผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลที่ได้สละเวลาให้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยฯ ครั้งนี้ บริษัทฯ ขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยและสำรวจฯ นี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ต่อไป

คณะที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารขับเคลื่อนและสนับสนุนนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical and Wellness Tourism) ดำเนินการศึกษาวิจัยและสำรวจเพื่อจัดเก็บข้อมูลการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อจัดทำ Medical Hub Intelligence Center (MHIC) ซึ่งเป็นศูนย์ข้อมูลสำหรับส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก (Thailand Hub of Wellness and Medical Services) ภายใน 10 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2560-2569)

การสำรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์และบริการเชิงสุขภาพ ดำเนินการสำรวจ ณ สถานพยาบาลชั้นนำของประเทศใน กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรี แม่ฮ่องสอน สระบุรี และหนองคาย และในสนามบินหลัก 3 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการด้านการแพทย์จำนวน 475 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำนวน 1,124 ตัวอย่าง

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 การใช้บริการด้านการแพทย์

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์เป็นเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าเพศชาย อยู่ในช่วง 35-54 ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 53.38) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.25) ประกอบอาชีพหลากหลาย รวมถึงกลุ่มผู้เกษียณอายุ แม่บ้าน นักเรียนและนักศึกษา โดยเป็นกลุ่มเจ้าของกิจการในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 30.59) มีรายได้ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อเดือนเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.61) มาจากหลากหลายประเทศ โดยประเทศที่พบมาก 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (ร้อยละ 4.64) เมียนมา (ร้อยละ 4.22) ลาว (ร้อยละ 2.32) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 1.05) และ ญี่ปุ่น (ร้อยละ 0.84)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.97) ทราบเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 64.75) รองลงมา ทราบจากที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/บริษัทตัวแทนด้านสุขภาพ (ร้อยละ 24.46) บริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 20.86) และเว็บไซต์ของสถานพยาบาล (ร้อยละ 19.90)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.86) ตั้งใจมาใช้บริการ ตั้งแต่ก่อนเดินทาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) ราคาค่าบริการในประเทศไทยต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับบริการระดับเดียวกันในประเทศอื่น (2) ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย (3) ชื่อเสียงของแพทย์ในประเทศไทย (4) การแนะนำของแพทย์ภายในประเทศตนเอง (5) การแนะนำของที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/ตัวแทนด้านสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.60) ติดต่อประสานงานล่วงหน้ากับสถานบริการด้านการแพทย์/ตัวแทนสถานบริการด้านการแพทย์ก่อนเดินทางมาใช้บริการ โดยใช้ช่องทางต่างๆ ได้แก่ 1) แคนันเตอร์บริการในประเทศ 2) ผ่านตัวแทนสถานพยาบาล 3) โทรศัพท์ 4) อีเมลล์ และ 5) บูธในงาน Event ที่จัดในประเทศ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.21) รองลงมา รักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 8.58) รักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 8.37) ป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ (ร้อยละ 4.08) ทันตกรรม (ร้อยละ 4.08) เป็นต้น โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนใช้บริการรักษาผู้มีบุตรยากในสัดส่วนมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียใช้บริการตรวจสุขภาพ และทันตกรรม ในสัดส่วนสูงสุด 2 อันดับแรก กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวลาวทั้งหมดใช้บริการตรวจสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.32) จ่ายเงินเอง เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายบริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาล มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 9.00) ที่มีประกันสุขภาพ/ประกันอุบัติเหตุ นอกนั้นใช้สิทธิรัฐสวัสดิการ (ร้อยละ 0.82) และสิทธิประกันสังคม (ร้อยละ 1.02) โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาว จีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และลาว ส่วนใหญ่จ่ายเงินเองเพื่อเป็นค่าบริการทางการแพทย์/การรักษาพยาบาล ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.67) มีประกันสุขภาพ/ประกันอุบัติเหตุ เพื่อเป็นค่าบริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาล

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ มีความเห็นในประเด็นความคุ้มค่าของการใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ที่แตกต่างกัน โดยพบว่ามีร้อยละ 66.02 ที่เห็นว่ามีค่าอยู่ในระดับมาก - มากที่สุด ในขณะที่มีร้อยละ 33.98 เห็นว่ามีค่าในระดับปานกลาง - น้อย โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน เห็นว่ามีค่าอยู่ในระดับมาก - มากที่สุด และระดับน้อย-ปานกลาง มีสัดส่วนร้อยละ 50 เท่ากัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และญี่ปุ่น เห็นว่ามีค่าอยู่ในระดับน้อย - ปานกลาง ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 75.00 และร้อยละ 66.67 ตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากเห็นว่าค่ารักษาพยาบาลสูงเกินไปเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่าบริการด้านการแพทย์ของประเทศไทย มีจุดเด่น 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) คุณภาพของบุคลากรทางการแพทย์ 2) ความทันสมัยของเครื่องมือ/อุปกรณ์ 3) อัตราค่ารักษาพยาบาลที่ถูกเปรียบเทียบกับคุณภาพของบริการ 4) การอำนวยความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ และ 5) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนไข้/ญาติ/ผู้ติดตาม

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาว จีน มาเลเซีย ลาว และญี่ปุ่น รวมทั้งประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จะไม่กลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.13) จะแนะนำญาติ/เพื่อน/คนรู้จักให้มาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์บางส่วน มีความเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่ประสบในการเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย ในด้านการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ นอกจากนี้ ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวต้องดูแลนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการทางการแพทย์ที่เป็นกลุ่มใหญ่ส่งผลให้การดูแลค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับจำนวนเงินที่จ่ายไป

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางมาใช้บริการด้านการแพทย์ในครั้งนี้เฉลี่ย 254,202.46 บาท/คน/ทริป สูงกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 5.17 เท่า โดยเป็นค่าใช้จ่ายบริการทางการแพทย์ จำนวน 183,858.80 บาท คิดเป็นร้อยละ 72.33 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในขณะที่ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพมีสัดส่วนไม่สูงมาก (ร้อยละ 0.92) ส่วนที่เหลือเป็นค่าใช้จ่ายการเดินทาง ค่าโรงแรม/สถานที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซื้อสินค้า ฯลฯ ซึ่งแต่ละรายการจะสูงกว่าค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วไป

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทของบริการด้านการแพทย์ที่พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนถ่ายอวัยวะมีค่ารักษาสูงสุด ประมาณ 2,010,000 บาท/คน รองลงมาเป็น ค่ารักษาโรคมะเร็ง 705,521.22 บาท/คน ค่าศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ 502,761.29 บาท/คน การรักษาผู้มีบุตรยาก 484,562.50 บาท/คน ในขณะที่การตรวจสุขภาพซึ่งนักท่องเที่ยวใช้บริการในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.21) มีค่าใช้จ่ายเพียง 26,253.67 บาท/คน เท่านั้น สำหรับค่าใช้จ่ายซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า เป็นค่ายาใช้ภายใน มากที่สุด 9,683.91 บาท/คน รองลงมา ค่ายาใช้ภายนอก 4,300 บาท/คน ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/เครื่องสำอาง 4,003.03 บาท/คน

ประมาณการมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี 2561 ที่มีวัตถุประสงค์หลักมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยจำนวน 610,851 คน มีค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์ประมาณ 112,331.25 ล้านบาท โดยเป็นค่าการรักษาโรคมะเร็งในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 29.90) รองลงมา เป็นค่าการตรวจสุขภาพ (ร้อยละ 7.66) ค่ารักษากระดูกข้อต่อ เส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 5.69) ค่าการรักษาผู้มีบุตรยาก (ร้อยละ 3.88) ค่าการปลูกถ่ายอวัยวะ (ร้อยละ 4.61) ค่าการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ (ร้อยละ 3.46) ตามลำดับ และในส่วนของประมาณการค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์มีมูลค่า 1,421.02 ล้านบาท โดยเป็นการซื้อยาภายในมากที่สุด (ร้อยละ 58.72) รองลงมา ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง (ร้อยละ 16.66) ยาใช้ภายนอก (ร้อยละ 14.39) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ร้อยละ 6.49) และอาหารเสริม (ร้อยละ 3.74) ตามลำดับ

ในปี 2562 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยในปี 2562 จำนวน 632,000 คน รวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์จำนวนทั้งสิ้นประมาณ 121,917.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 8.53 และประมาณการค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางการแพทย์มีมูลค่า 1,430.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 0.64 รวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพประมาณ 123,348.01 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 พบว่าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.44

1.2 การใช้บริการเชิงสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพเป็นเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 70.37 ต่อ ร้อยละ 29.63) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 44.31) การศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.16) ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นพนักงานบริษัทเอกชนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 24.38) มีรายได้ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อเดือน

เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.54) โดยเป็นสัญชาติจีนมากที่สุด (ร้อยละ 76.90) รองลงมา มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และลาว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 53.30) ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.00) รองลงมา สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 39.97) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 28.60)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ เกือบทั้งหมด (ร้อยละ 94.09) รู้จักบริการนวดแผนไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย ในขณะที่มีเพียงร้อยละ 16.18 ที่รู้จักสปา ก่อนเดินทางมาประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 54.77) ใช้ปัจจัยด้านบริการเชิงสุขภาพเป็นปัจจัยประกอบการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย โดยสนใจมาใช้บริการนวดแผนไทยในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 97.21) รองลงมา สนใจมาใช้บริการสปา (ร้อยละ 9.69)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเชิงสุขภาพ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) การแนะนำของญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก 2) การแนะนำของมัคคุเทศก์ 3) ข้อมูลจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ 4) มีบริการภายในโรงแรมที่พัก และ 5) การแนะนำของพนักงานโรงแรม/สถานพยาบาล

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ เห็นว่าการให้บริการเชิงสุขภาพ มีความคุ้มค่าอยู่ในระดับปานกลางในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 51.20) อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 26.10) และอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.72) ในขณะที่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ (17.76) และอยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 4.30) แสดงให้เห็นว่าบริการเชิงสุขภาพของไทยมีราคาแพงเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพบริการที่ได้รับ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา มีความประทับใจในด้านการบริการที่ดีต่อสุขภาพ การให้บริการของพนักงานที่สร้างความประทับใจเป็นอย่างดี สถานที่สะอาด รวมทั้งค่าบริการ ในขณะที่ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีความประทับใจต่อบริการนวดแผนไทยที่ช่วยให้ร่างกายมีความผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี ค่าบริการไม่สูง เป็นบริการที่ดี พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่แตกต่างจากที่เคยได้รับบริการจากที่อื่น

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา มีความเห็นว่าสปา มีจุดเด่นในด้านมาตรฐานการให้บริการ ความเป็นกันเองของพนักงาน สถานที่ให้บริการ สมุนไพรที่ใช้ และราคา ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีความประทับใจในด้าน ความเป็นกันเองของพนักงาน มาตรฐานการให้บริการ สถานที่ให้บริการ สมุนไพรที่ใช้ และราคา ตามลำดับ

ปัจจัยที่ 5 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต ได้แก่ 1) ทักษะความเชี่ยวชาญ ทัศนคติของพนักงาน 2) มาตรฐานการให้บริการ 3) ภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ 4) คุณภาพของวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ และ 5) อัตราค่าบริการ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ ร้อยละ 82.55 ไม่ทราบเกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ มีความเห็นเกี่ยวกับจังหวัดที่ต้องการไปใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต ได้แก่ กรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา ชลบุรี เชียงใหม่ และภูเก็ต ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักสำหรับชาวต่างชาติ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ เกือบทั้งหมด (ร้อยละ 95.04) จะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยอีกในอนาคต โดยนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และลาว รวมทั้งประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ ในประเทศไทยอีกในอนาคต ในขณะที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นทั้งหมด จะไม่กลับมาใช้บริการด้านสุขภาพของประเทศไทยอีกในอนาคต อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะแนะนำญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการสปาและนวดแผนไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ เฉลี่ย 39,973.91 บาท/คน/ทริป โดยในปี 2561 ประมาณการว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้บริการนวดแผนไทยจำนวน 16,214,913 คน และใช้บริการสปา จำนวน 2,213,610 คน โดยมีค่าใช้จ่ายทั้งหมด จำนวน 705,072.63 ล้านบาท ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายด้านบริการเชิงสุขภาพ จำนวน 30,918.57 ล้านบาท (ร้อยละ 4.39) (ค่าบริการนวดแผนไทย จำนวน 20,965.39 ล้านบาท และสปาจำนวน 8,035.96 ล้านบาท) และเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ จำนวน 26,873.17 ล้านบาท (ค่าซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/เครื่องสำอาง จำนวน 20,267.85 ล้านบาท ยาภายนอก จำนวน 3,040.43 ล้านบาท และค่าผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 2,520.20 ล้านบาท)

ในปี 2562 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ ประมาณการว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเชิงสุขภาพ คิดเป็นจำนวน 18,249,000 คน โดยในส่วนนี้ ร้อยละ 91.93 ใช้บริการนวดแผนไทย และร้อยละ 12.55 ใช้บริการสปา ดังนั้นจึงประมาณการว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 16,776,305 คน และใช้บริการสปา จำนวน 2,290,249 คน โดยมีค่าใช้จ่ายทั้งหมด จำนวน 729,483.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านบริการเชิงสุขภาพ จำนวน 31,989.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 และเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ จำนวน 27,803.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 การใช้บริการด้านการแพทย์

1) สื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ เป็นช่องทางที่สำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ของไทย และเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการแพทย์หรือไม่ ซึ่งสื่อบุคคลดังกล่าวจะให้ข้อมูลที่เป็นคุณต่อบริการด้านการแพทย์ไทย ก็ต่อเมื่อได้รับบริการที่คุ้มค่าและมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ดังนั้น ผู้ให้บริการด้านการแพทย์จึงควรให้ความสำคัญกับการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ไม่ควรฉวยโอกาสคิดค่าบริการสูงเกินควร

2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นอาเซียนและเอเชียเป็นตลาดบริการด้านการแพทย์ที่สำคัญ จึงควรศึกษาวิเคราะห์ตลาดบริการด้านการแพทย์ในประเทศเป้าหมาย เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการแพทย์ในประเทศนั้น เพื่อให้สามารถนำเสนอบริการผ่านสื่อที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ควรกำหนดมาตรฐานอัตราค่าบริการด้านการแพทย์ให้เหมาะสม เพื่อไม่ให้โรงพยาบาลแห่งใดแห่งหนึ่งฉวยโอกาสคิดค่ารักษาพยาบาลในอัตราที่สูงเกินจริง เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์บริการด้านการแพทย์โดยรวมของไทย

4) ควรให้ความสำคัญในด้านการประชาสัมพันธ์บริการด้านการแพทย์ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการให้บริการและสามารถสร้างรายได้สูง แทนที่จะให้บริการตรวจสุขภาพเป็นหลัก

5) ควรศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในด้านความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สอดคล้องกับความต้องการให้มากที่สุด

6) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.86) จะกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ ดังนั้น จึงควรส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กลับมาใช้บริการในประเทศไทยอีกในอนาคต โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ลาว และญี่ปุ่น

7) นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ทั้งหมดไม่กลับมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากมีความจำเป็นต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ แสดงให้เห็นว่ามีความไม่พึงพอใจต่อการเข้ารับบริการครั้งนี้ในประเทศไทย และเป็นเพียงประเทศเดียวที่แสดงความคิดเห็นในลักษณะนี้ จึงควรดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงลึกเพื่อค้นหาสาเหตุที่แท้จริงต่อไป

8) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการด้านการแพทย์ในครั้งนี้เฉลี่ย 254,202.46 บาท/คน/ทริป ในขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีค่าใช้จ่าย 49,141.58 บาท/คน/ทริป จึงเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 5.17 เท่า รัฐบาลควรให้ความสนใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการสร้างภาพลักษณ์ด้านการบริการด้านการแพทย์ให้ติดอันดับแรกๆ ของโลก

2.2 บริการเชิงสุขภาพ

1) สื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีบทบาทสำคัญในการทำให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลด้านบริการเชิงสุขภาพ ทั้งก่อนเดินทางมาประเทศไทย และในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น ผู้ให้บริการเชิงสุขภาพจึงควรให้ความสำคัญกับการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านความคุ้มค่าของบริการ โดยการพัฒนาคุณภาพบริการให้เหมาะสมกับราคา ไม่ควรฉวยโอกาสคิดค่าบริการสูง

2) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 16.18) ที่รู้จักบริการสปาของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด ในขณะที่ประเทศไทยมีสถานประกอบการสปาจำนวนมากและมีชื่อเสียง ดังนั้น จึงควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักสปาไทยในระดับโลกให้มากขึ้นผ่านสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว

3) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ เห็นว่า การให้บริการเชิงสุขภาพมีความคุ้มค่าอยู่ในระดับปานกลางในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 51.20) อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 26.10) ในขณะที่

อยู่ในระดับมาก มีเพียงร้อยละ 17.76 และอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 4.30 ดังนั้นทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงจำเป็นต้องปรับปรุงมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการให้เหมาะสมกับราคา โดยด่วน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเกิดความคุ้มค่า เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริการเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะขนาดแผนไทย

4) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.55) ไม่ทราบเกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จึงไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพพัฒนามาตรฐาน เพื่อให้ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทราบเกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ ณ สนามบินนานาชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ในช่วงกำลังเดินทางเข้าประเทศ

5) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และลาว รวมทั้งประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ ในประเทศไทยอีกในอนาคต ในขณะที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นทั้งหมด (ร้อยละ 100.00) จะไม่กลับมาใช้บริการด้านสุขภาพของไทยอีกในอนาคต จึงควรศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นต่อบริการเชิงสุขภาพของไทย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข การบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	I
สารบัญ	ก
บทที่	
1. บทนำ และวิธีการศึกษา	1-1
1. ความเป็นมา.....	1-1
2. วัตถุประสงค์.....	1-2
3. ขอบเขตการดำเนินงาน.....	1-2
4. วิธีการศึกษา	1-3
5. สิ่งที่ต้องส่งมอบ	1-4
6. ระยะเวลาการดำเนินงาน	1-5
7. ระยะเวลาการส่งมอบงาน	1-5
2. การทบทวนเอกสาร วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	2-1
1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism).....	2-1
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub).....	2-16
(พ.ศ. 2560-2569)	
3. การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพ.....	2-22
นานาชาติ (Medical Hub) ของประเทศไทย	
4. งาน MICE ด้าน Medical and Wellness.....	2-29
5. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ.....	2-31
ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งพฤติกรรมการใช้บริการด้านสุขภาพ	
6. พฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ	2-33
3. ข้อมูลสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ.....	3-1
1. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ.....	3-1
2. ข้อมูลการจัดการประชุมนานาชาติ (Covention) ที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ (Medical)	3-10
ของประเทศไทย ในปี 2562	
4. ผลการสำรวนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	4-1
ส่วนที่ 1 ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำรวจ	4-1
1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำรวจ	4-1
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทาง	4-3

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 2 ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์	4-6
1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์.....	4-6
2. ข้อมูลการใช้บริการด้านการแพทย์.....	4-8
ส่วนที่ 3 ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ	4-40
1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ	4-40
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการด้านสปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ.....	4-42
5. สรุปผลการสำรวจและข้อเสนอแนะ.....	5-1
1. สรุปผลการศึกษา.....	5-2
2. ข้อเสนอแนะ	5-13
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ	ผ-1

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

2-1	เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นวัตถุประสงค์หลักกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	2-3
	เป็นวัตถุประสงค์รอง	
2-2	ประเภทกลุ่มผู้บริโภคเชิงสุขภาพ (Wellness Consumer Segments).....	2-5
3-1	ข้อมูลการจัดการประชุมนานาชาติ (Covention) ที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ (Medical).....	3-12
	ของประเทศไทย ในปี 2562	
4-1	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามสัญชาติ	4-20
	และประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการ	
4-2	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้บริการด้านการแพทย์	4-23
	จำแนกตามช่วงอายุและประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้	
4-3	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม	4-24
	รายได้/ เดือน และประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้	
4-4	จำนวนเงินและสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยว....	4-35
	ชาวต่างชาติ จำแนกตามกลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการและกลุ่มที่ไม่ตั้งใจมาใช้บริการ	
4-5	ประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในภาพรวม	4-37
	ของประเทศไทย ปี 2561	
4-6	ประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในภาพรวม	4-38
	ของประเทศไทย ปี 2562	
4-7	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามสัญชาติ	4-42
	และการทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ	
4-8	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/นวดแผนไทย/	4-63
	น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
4-9	ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน....	4-65
	และบริการสุขภาพอื่นๆ) ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
4-10	ประมาณการค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/.....	4-66
	นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ ในภาพรวมของประเทศไทย) ในปี 2561	
4-11	จำนวนเงินและสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง	4-67
	นักท่องเที่ยวต่างชาติในภาพรวมของประเทศไทย ในปี 2561 จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ด้านสุขภาพ	
4-12	ประมาณการค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/....	4-68
	นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ ในภาพรวมของประเทศไทย) ในปี 2562	
4-13	จำนวนเงินและสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ย	4-69
	ชาวต่างชาติในภาพรวมของประเทศไทย ในปี 2562 จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ	

สารบัญแนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่

- 3-1 จำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนกับ..... 3-2
กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข
จำแนกตามเขตพื้นที่เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประเทศ
- 3-2 จำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนกับ..... 3-3
กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข
จำแนกตามพื้นที่จังหวัด เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประเทศ
- 3-3 สัดส่วนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาต..... 3-5
และขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
กระทรวงสาธารณสุข ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ
เพื่อสุขภาพ
- 3-4 สัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาต 3-7
และขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
กระทรวงสาธารณสุข จำแนกตามจังหวัด
- 3-5 สัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาต 3-9
และขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
กระทรวงสาธารณสุข จำแนกตามจังหวัดที่มีจำนวนสถานประกอบการฯ มากที่สุด 10 อันดับแรก
- 4-1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 4-2
- 4-2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง 4-3
- 4-3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการเคยเดินทางมาประเทศไทย..... 4-4
และวันพักเฉลี่ย
- 4-4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนและประเภทผู้ร่วมเดินทาง... 4-4
- 4-5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลัก 4-5
ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้
- 4-6 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ 4-6
- 4-7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม 4-8
การทราบเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อ
ที่ทำให้ทราบ
- 4-8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามความตั้งใจ... 4-9
และสาเหตุที่มาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยครั้งนี้
- 4-9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม 4-11
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย และระดับที่มีผลต่อ
การตัดสินใจ

สารบัญแนภูมิ (ต่อ)

หน้า

แผนภูมิที่

- 4-10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในแต่ละสัญชาติ..... 4-13
จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย
- 4-11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม 4-14
การติดต่อประสานงานกับสถานบริการด้านการแพทย์ตัวแทนสถานบริการด้านการแพทย์
ก่อนเดินทางมาประเทศไทย และระดับค่าเฉลี่ยการอำนวยความสะดวกที่ได้รับ
- 4-12 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามสัญชาติ 4-16
และสถานบริการด้านการแพทย์หลักที่ใช้บริการในครั้งนี้
- 4-13 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามประเภท ... 4-18
บริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการ และค่าเฉลี่ย OPD และ IPD
- 4-14 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามเพศ..... 4-21
และประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้
- 4-15 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามสัญชาติ 4-25
และรูปแบบการจ่ายเงินค่าใช้บริการด้านการแพทย์การรักษาพยาบาล
- 4-16 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามสัญชาติ 4-26
และความเห็นด้านระดับความคุ้มค่าในการใช้บริการด้านการแพทย์/ การรักษาพยาบาล
ในประเทศไทย
- 4-17 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม 4-27
ความต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุง/ เพิ่มเติมการให้บริการด้านการแพทย์
- 4-18 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม 4-28
จุดเด่นของบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย
- 4-19 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม 4-29
การซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและแหล่งที่ซื้อ
- 4-20 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ในแต่ละสัญชาติ.... 4-30
จำแนกตามการกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีกในอนาคต
- 4-21 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม 4-31
การแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จักให้มาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย
- 4-22 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม 4-31
การพิจารณาเลือกประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศไทย เพื่อใช้บริการด้านการแพทย์
- 4-23 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม 4-32
จำนวนครั้งเฉลี่ยในการเดินทางเพื่อใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ และในประเทศไทย
ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2562
- 4-24 จำนวนเงินและสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยว..... 4-33
ชาวต่างชาติในภาพรวม

สารบัญแนภูมิ (ต่อ)

แผนภูมิที่	หน้า
4-25 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ	4-40
4-26 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตาม.....	4-43
การรู้จักบริการสปาของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ	
4-27 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตาม.....	4-44
การรู้จักบริการนวดแผนไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ	
4-28 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการรู้จัก	4-45
บริการน้ำพุร้อนของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ	
4-29 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการรู้จัก	4-46
บริการสุขภาพอื่นๆ ของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ	
4-30 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการใช้.....	4-47
ปัจจัยด้านบริการเชิงสุขภาพต่างๆ ของไทยในการประกอบการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย และประเภทบริการเชิงสุขภาพที่สนใจใช้บริการ	
4-31 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามประเภท....	4-48
สื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพต่างๆ ระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศ	
4-32 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามปัจจัย	4-49
ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ	
4-33 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา จำแนกตามประเภทสปา	4-50
ที่ใช้บริการ	
4-34 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา จำแนกตามสัญชาติ.....	4-52
และประเภทสปาที่ใช้บริการ	
4-35 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ	4-53
และรายได้ต่อเดือน	
4-36 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามที่ตั้ง	4-54
ของสถานบริการนวดแผนไทยที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ	
4-37 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทย จำแนกตามสัญชาติ..	4-56
และพื้นที่ใช้บริการนวดแผนไทย	
4-38 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามความถี่	4-57
ในการใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ	
4-39 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามระดับ.....	4-58
ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเชิงสุขภาพ	
4-40 ร้อยละค่าเฉลี่ยจุดเด่นและจุดด้อยของบริการเชิงสุขภาพประเภทต่างๆ ตามความเห็นของ	4-59
กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ	

สารบัญแนภูมิ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิที่	
4-41 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ	4-60
4-42 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการรับรู้.... เกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ โดยที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ	4-61
4-43 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามจังหวัด..... ที่ต้องการไปใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต	4-61
4-44 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพจำแนกตามสัญชาติ..... และการจะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยอีกในอนาคต	4-62
4-45 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพจำแนกตาม การแนะนำญาติ /เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการในประเทศไทย	4-63
4-46 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว..... ชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพเฉลี่ย/คน/ทริป	4-64
4-47 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการ เชิงสุขภาพในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2561	4-66
4-48 สัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ... ในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2561 จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ	4-67
4-49 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ..... ที่ใช้บริการเชิงสุขภาพในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2562	4-69
4-50 สัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ .. ในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2562 จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ	4-70

สารบัญแนภาพ

	หน้า
แนภาพที่	
2-1 ความต่อเนื่องของสุขภาพ (Health Continuum).....	2-2
2-2 แสดงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใช้บริการ	2-4
2-3 ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับอุตสาหกรรมและหน่วยงานอื่นๆ	2-9
2-4 แนภาพห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	2-10
2-5 Global Wellness Economy ปี พ.ศ. 2558	2-11

บทที่ 1 บทนำ และวิธีการศึกษา

1. ความเป็นมา

1.1 สืบเนื่องจากคณะรัฐมนตรีมีมติ เห็นชอบหลักการยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569) เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2559 โดยในยุทธศาสตร์การพัฒนาประกอบด้วย 7 ยุทธศาสตร์ โดยในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ มีกลยุทธ์ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบบริหารจัดการให้มีความพร้อม เพื่อสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ซึ่งในกลยุทธ์ดังกล่าวได้ระบุกิจกรรมที่จะต้องพัฒนาในด้านระบบสารสนเทศและข้อมูลที่สำคักรองรับนโยบาย Medical Hub เป็นกิจกรรมหลัก เพื่อสร้างฐานข้อมูลสนับสนุนแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ และส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติของประเทศไทยตามนโยบาย

1.2 ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2560 อนุมัติให้แต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นประธานร่วม รวมทั้งมีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย medical Hub) จำนวน 4 คณะ เพื่อให้มีความครอบคลุมการดำเนินงานใน 4 ผลผลิตหลัก ตามหลักยุทธศาสตร์ฯ ได้แก่

- 1) คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub)
- 2) คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub)
- 3) คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการวิชาการ (Academic Hub)
- 4) คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub)

1.3 ปัจจุบันข้อมูลด้าน Medical Hub กระจายอยู่ตามหน่วยงานต่างๆ ยังไม่มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลไว้อย่างเป็นระบบ จึงได้เสนอ (ร่าง) การจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub ในที่ประชุมคณะกรรมการอำนวยการและพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้าน Medical Hub และ Wellness Tourism ครั้งที่ 7/2559 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2559 และที่ประชุมเห็นชอบให้บูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยกรมฯ ได้ดำเนินการหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ และศูนย์วิจัยกสิกรไทย รวมทั้งได้นำเสนอแนวทางการดำเนินงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) ครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2560 ซึ่งที่ประชุมได้เห็นชอบในร่างแนวทางดังกล่าว

1.4 ข้อมูลด้าน Medical Hub แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อมูลจากหน่วยงานภายในกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ 2) ข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกกรมฯ และ 3) ข้อมูลที่ยังไม่มีหน่วยงานใดจัดเก็บจำเป็นต้องจัดเก็บเพิ่มเติมโดยวิธีการเฉพาะ เช่น การทำวิจัย หรือการสำรวจ ให้ได้มาซึ่งข้อมูล

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินการจัดเก็บข้อมูล โดยวิธีการวิจัยหรือสำรวจเป็นการเฉพาะ ให้ได้มาซึ่งข้อมูลด้าน Medical Hub ที่ยังไม่สมบูรณ์ไม่สามารถรวบรวมจากหน่วยงานใดภายในประเทศได้ เช่น ประเภทบริการสุขภาพที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้บริการผลิตภัณฑ์บริการเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวต่างชาติซื้อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ต่อบริการสุขภาพ พฤติกรรมการใช้บริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ค่าใช้จ่ายบริการเชิงสุขภาพ
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นต้น ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานใดรวบรวมไว้ พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์
เพื่อให้สามารถนำมาอ้างอิงหรือใช้ประโยชน์ในระดับนโยบายได้

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้กองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มีข้อมูลสำหรับการจัดทำศูนย์
ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub (Medical Hub Intelligence Center : MHIC)

2.2 เพื่อให้มีฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและพัฒนา
ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ประเภทบริการสุขภาพที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้บริการ
ผลิตภัณฑ์ บริการเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซื้อ พฤติกรรมการใช้บริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ ค่าใช้จ่ายบริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อบริการสุขภาพ เป็นต้น

2.3 เพื่อให้กรมสนับสนุนบริการสุขภาพและหน่วยงานต่างๆ สามารถนำข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเหมาะสม เพื่อให้
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน

2.4 เพื่อให้กองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มีข้อมูลสำหรับติดตามผล
การดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub)
(พ.ศ. 2560 - 2569)

3. ขอบเขตการดำเนินงาน

3.1 รวบรวมข้อมูลจำนวนผู้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายกับหน่วยงาน
ในกระทรวงสาธารณสุข โดยรวบรวมจากเอกสารที่หน่วยงานต่างๆ จัดทำและเผยแพร่

3.2 ข้อมูลจำนวน และประเภทหัวข้อการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ (ทางการแพทย์) ที่มีกลุ่มเป้าหมาย
เป็นชาวต่างชาติ หรือหน่วยงานต่างชาติเป็นผู้จัด โดยเลือกจัดขึ้นที่ประเทศไทย (MICE)

3.3 สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและใช้บริการด้าน
การแพทย์และหรือบริการเชิงสุขภาพ (สปา/นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) เพื่อให้มี
ฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและพัฒนาผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพ เช่น ประเภทบริการสุขภาพที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้บริการ ผลิตภัณฑ์บริการเชิงสุขภาพ
ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซื้อ พฤติกรรมการใช้บริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ค่าใช้จ่าย
บริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อบริการสุขภาพ
ปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการเชิงสุขภาพ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อบริการเชิงสุขภาพของไทย
เป็นต้น โดยสำรวจจำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า 1,500 ตัวอย่าง โดยสำรวจใน 3 สนามบินหลัก ได้แก่ ท่าอากาศยาน
สุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานภูเก็ต พร้อมทั้งประมวลผลและจัดทำรายงานผล
การศึกษา

3.4 จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย

3.5 จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub (Medical Hub Intelligence Center : MHIC)

4. วิธีการศึกษา

ที่ปรึกษากำหนดวิธีการศึกษาตามขอบเขตการดำเนินงาน มีรายละเอียดดังนี้

4.1 รวบรวมข้อมูลจำนวนผู้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายกับหน่วยงานในกระทรวงสาธารณสุข โดยรวบรวมจากเอกสารที่หน่วยงานต่างๆ จัดทำและเผยแพร่ ดำเนินการสืบค้นข้อมูลจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายกับหน่วยงานใน กระทรวงสาธารณสุข โดยรวบรวมจากเอกสารที่หน่วยงานต่างๆ จัดทำและเผยแพร่ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต และ/หรือสื่อสิ่งพิมพ์และ/หรือการประสานเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง

4.2 ข้อมูลจำนวน และประเภทหัวข้อการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ (ทางการแพทย์) ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติ หรือหน่วยงานต่างชาติเป็นผู้จัด โดยเลือกจัดขึ้นที่ประเทศไทย (MICE) ดำเนินการสืบค้นข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต และ/หรือสื่อสิ่งพิมพ์ และ/ หรือการประสานเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง

4.3 การสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและใช้บริการด้านสุขภาพ ที่ปรึกษาดำเนินการสำรวจภายใต้ขอบเขตการดำเนินงาน โดยกำหนดวิธีการสำรวจมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและใช้บริการด้านการแพทย์และหรือบริการเชิงสุขภาพ (สปา/นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 1,500 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

4.3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม(Questionnaire) ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทาง มีลักษณะของแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close - ended questions) หรือแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) แบบปลายเปิด (Open - Ended Questions) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างระบุข้อมูลตามข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการทางการแพทย์ (Medical Service) (ตอบเฉพาะผู้ใช้บริการทางการแพทย์) มีลักษณะของแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close - Ended Questions) หรือแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) แบบปลายเปิด (Open - Ended Questions) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นและระบุรายละเอียด และการจัดลำดับ (Rank Questions) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับความสำคัญ รวมทั้งมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scales) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการด้านสปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อนและบริการสุขภาพอื่นๆ (โดยเฉพาะกรณีใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) มีลักษณะของแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close - Ended Questions) หรือแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) แบบปลายเปิด (Open - Ended Questions) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นและระบุรายละเอียด รวมทั้งมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scales) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระดับรายได้ต่อเดือน มีลักษณะของแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close - Ended Questions) หรือแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ร่างแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น จะนำเสนอให้กองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ พิจารณานำมาปรับปรุงตามข้อคิดเห็น พร้อมทั้งนำไปทดสอบก่อนนำไปใช้สำรวจความน่าเชื่อถือ (Reliability) และปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้สำรวจจริง

4.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการใน 2 พื้นที่หลัก ได้แก่ (1) โรงพยาบาลชั้นนำของประเทศ ที่ให้บริการแก่ชาวต่างชาติ โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ให้ความอนุเคราะห์ในการประสานงานขอความร่วมมือจากโรงพยาบาล และ (2) ท่าอากาศยานนานาชาติหลัก 3 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต การสำรวจข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face to Face Interview)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลผลการสำรวจ มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้ (1) รวบรวมแบบสอบถามจากการสำรวจ (2) บรรณาธิกรแบบสอบถาม (3) บันทึกเพื่อการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมประมวลผลทางสถิติ (4) ตรวจสอบข้อมูลที่บันทึกพร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง (5) ประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ผล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage)

5. สิ่งที่ต้องส่งมอบ

5.1 รายงานเบื้องต้น (Inception Report) ประกอบด้วยวิธีการจัดเก็บข้อมูลและแผนการดำเนินงาน จำนวน 5 ชุด พร้อมแผ่น CD-ROM บรรจุไฟล์ข้อมูลรายงานเบื้องต้น จำนวน 1 แผ่น ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับใบสั่งจ้าง

5.2 ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) ประกอบด้วยผลการศึกษาตามที่กำหนดในขอบเขตการดำเนินงาน จำนวน 5 ชุด พร้อมแผ่น CD-ROM บรรจุไฟล์ข้อมูลร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน 1 แผ่น ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับใบสั่งจ้าง

5.3 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ประกอบด้วยผลการศึกษตามที่กำหนดในขอบเขตการดำเนินงาน ที่ได้แก้ไขตามความเห็นของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว จำนวน 5 ชุด พร้อมแผ่น CD-ROM บรรจุไฟล์ข้อมูลร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน 1 แผ่น ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับใบสั่งจ้าง

6. ระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินการ 120 วัน นับถัดจากวันลงนามในใบสั่งจ้าง

กิจกรรม	วัน			
	30	60	90	120
1) จัดทำแผนดำเนินงานและวิธีการจัดเก็บข้อมูล	█			
2) ทบทวนเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	█			
3) ออกแบบเครื่องมือสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และใช้บริการด้านสุขภาพ		█		
ส่งมอบรายงานเบื้องต้น (Inception Report)		★		
4) รวบรวมข้อมูลจำนวนผู้สถานประกอบการเพื่อ สุขภาพที่ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายกับหน่วยงาน ในกระทรวงสาธารณสุข ข้อมูลจำนวนและประเภท หัวข้อการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ (ทางการแพทย์) ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติ หรือหน่วยงาน ต่างชาติเป็นผู้จัด โดยเลือกจัดขึ้นที่ประเทศไทย (MICE)		█		
5) ลงพื้นที่สำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทยและใช้บริการด้านสุขภาพ		█		
6) วิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจข้อมูล ตามข้อ 5)			█	
7) สรุป วิเคราะห์สรุปผลการศึกษา จัดทำรายงานผล การศึกษา ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมและ พัฒนาบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับ นโยบาย Medical Hub (Medical Hub Intelligence Center : MHIC)			█	
ส่งมอบร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)				★
8) ปรับแก้ไข ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ตามความเห็นของ คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ				█
ส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)				★

7. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ระยะเวลาดำเนินการ 120 วัน (ตั้งแต่วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562 ถึง วันที่ 28 มิถุนายน 2562)

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เนื้อหาในบทนี้ เป็นการนำเสนอการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ Medical Hub ประกอบด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569) การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ของประเทศไทย

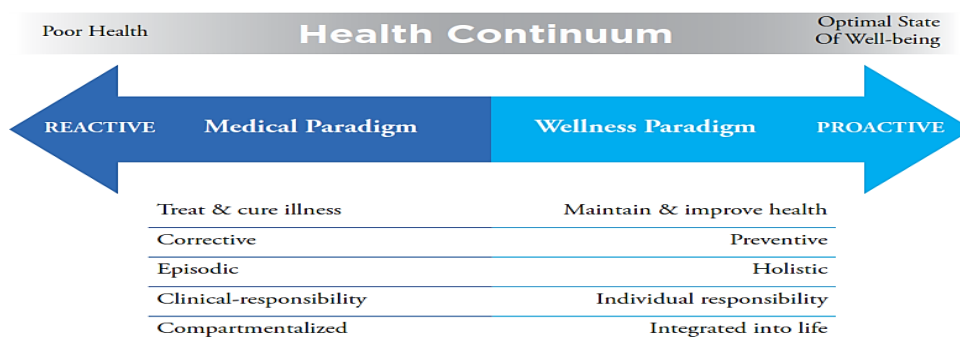
1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการท่องเที่ยว ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เช่น

สถาบันส่งเสริมสุขภาพของโลก (Global Wellness Institute)¹ ได้อธิบายกรอบแนวคิดของการส่งเสริมหรือรักษาสุขภาพไว้ว่า คำว่า “สุขภาพดี (Wellness)” เป็นความต่อเนื่องซึ่งขยายจากคำว่า “สุขภาพไม่ดี” (Poor Health) ไปจนถึงคำว่า “มีชีวิตความเป็นอยู่อย่างดีที่สุด” (Optimal Well-Being) การรักษาพยาบาล (Medicine) และการรักษาสุขภาพ (Wellness) เป็นสองวิธีการที่ต่อเนื่องและคาบเกี่ยวกันอยู่ ตัวอย่างของการรักษาพยาบาล (Medical Paradigm) มีลักษณะเป็นการเน้นถึงการรักษาผู้ป่วย ซึ่งมีความเจ็บป่วยอยู่แล้วในเบื้องต้น การดูแลรักษาพยาบาลจึงมักกระทำโดยแพทย์และผู้เชี่ยวชาญทางคลินิก (Clinicians) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ป่วยและผู้ให้บริการจึงมีลักษณะเป็นฉาบฉวย หรือเป็นตอน ในทางตรงกันข้ามตัวอย่างของการรักษาสุขภาพ (Wellness Paradigm) มีลักษณะเป็นความสมัครใจและขับเคลื่อนโดยความรับผิดชอบของตนเอง บุคคลแต่ละคนเลือกที่จะรับเอากิจกรรมและการดำเนินชีวิตที่เป็นการป้องกันโรค ปรับปรุงสุขภาพ ส่งเสริมคุณภาพชีวิต และนำพาพวกเขาไปใกล้กับการมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้น

แผนภาพที่ 2-1 ความต่อเนื่องของสุขภาพ (Health Continuum)



¹ Global Wellness Institute, The Global Wellness Tourism Economy 2013 & 2014

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO)² ได้ให้ความหมายว่าหมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อน และเรียนรู้วิถีการรักษาสุขภาพกายใจให้ได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย³ ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม สงดงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่นๆ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) จึงมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลายเป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรงปรับสภาพจิตใจ และร่างกายให้สมดุล นอกจากนี้ สมบัติ กาญจนกิจ และคณะ (2561)⁴ ยังให้ความหมายที่มีแนวคิดคล้ายคลึงกัน โดยได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิถีการรักษาสุขภาพกายใจให้ได้รับความเพลิดเพลินและคุณภาพชีวิตที่ดี การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งตามจุดมุ่งหมายและรูปแบบกิจกรรมออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบันจะแบ่งตามจุดมุ่งหมาย และรูปแบบกิจกรรมออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) โดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการส่งเสริมและบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพกายและใจ โดยเป็นการพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อระดับคุณภาพชีวิตที่ดี

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สถาบันส่งเสริมสุขภาพของโลก (Global Wellness Institute)⁵ ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรือนักเดินทางที่มีความต้องการเดินทางเพื่อการรักษาดูแลสุขภาพ โดยนักเดินทางมีความแตกต่างกันในระดับความสนใจในการรักษาสุขภาพ (Wellness) บางคนเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์เป็นการรักษาสุขภาพ (Wellness Purpose) ทั้งหมด (การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นวัตถุประสงค์หลัก) ในขณะที่บางคนทำกิจกรรมด้านการรักษาสุขภาพเพียงบางส่วนของการเดินทางเท่านั้น (การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นวัตถุประสงค์รอง) ดังนั้น จึงสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยว

² www.tourismatbuu.wordpress.com

³ _____ . การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562 จาก <https://sites.google.com/site/456556123456asdf/kar-thxng-theiyw-cheing-sukhphaph>.

⁴ สมบัติ กาญจนกิจ และคณะ. (2561). การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเอเชีย. วารสารเอกสารข่าวสารงานวิจัยและพัฒนา. 17(187), 17-27.

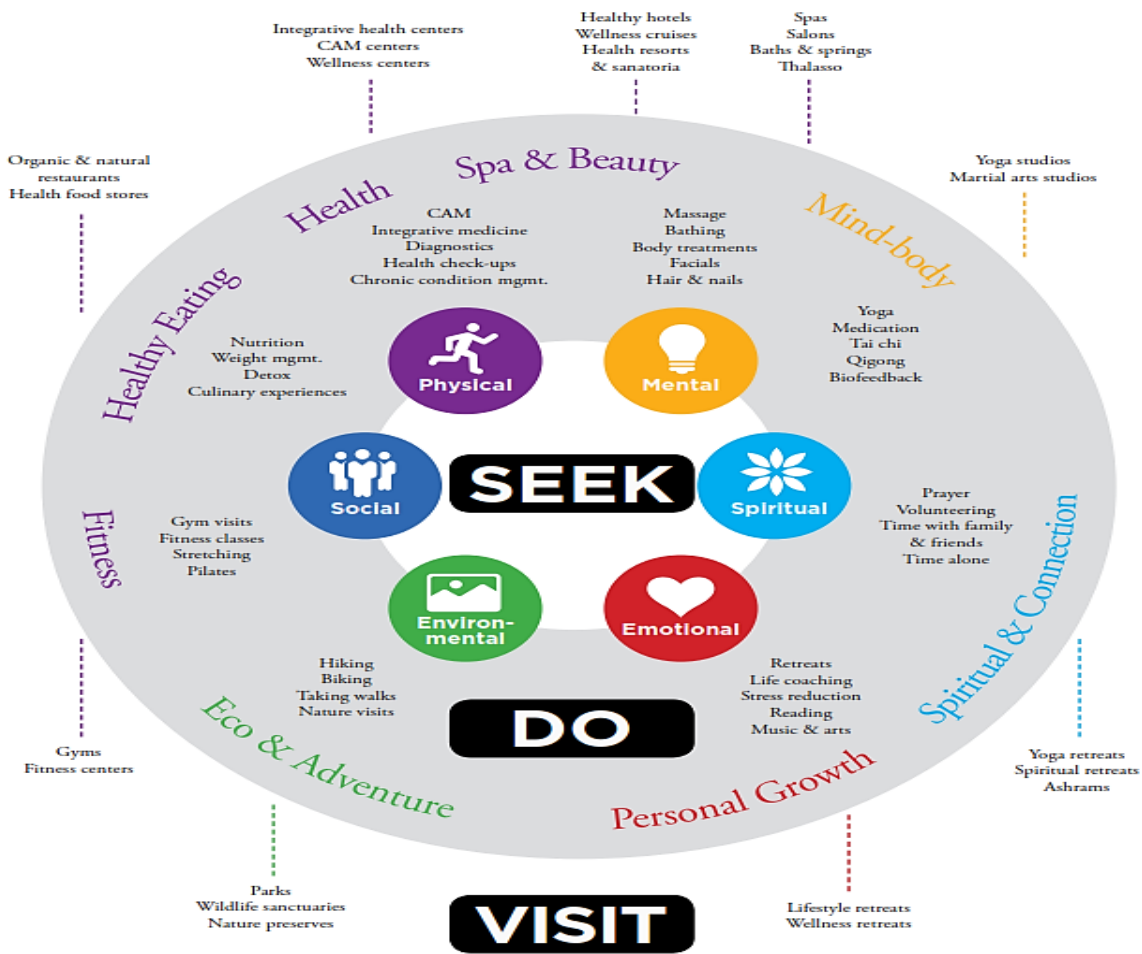
⁵ Global Wellness Institute, The Global Wellness Tourism Economy 2013 & 2014

เชิงสุขภาพที่มีการรักษาสุขภาพเป็นวัตถุประสงค์หลัก (Primary Purpose Wellness Tourists) และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีการรักษาสุขภาพเป็นวัตถุประสงค์รอง (Secondary Purpose Wellness Tourists) ซึ่งแต่ละกลุ่มมีลักษณะที่ต่างกัน ดังตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2-1 เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นวัตถุประสงค์หลักกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นวัตถุประสงค์รอง

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสุขภาพ	นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มีวัตถุประสงค์รองเพื่อสุขภาพ
<p>การรักษาสุขภาพเป็นวัตถุประสงค์เดียวหรือเป็นแรงจูงใจเดียวสำหรับการเดินทางและการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว</p> <p>ตัวอย่าง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● เยี่ยมเยือนสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นสปา เช่น ซิวาครม เป็นต้น ● พักอยู่ในอาคารเพื่อทำสมาธิ ● เดินทางไปทำสปาเพื่อการชะลอวัยและลดความตึงเครียด ● เดินทางไปยังศูนย์ดูแลสุขภาพเพื่อตรวจเช็คร่างกายสำหรับผู้บริหาร ● เดินทางโดยเรือสำราญเพื่อการดูแลรักษาสุขภาพ ● พักอยู่ในรีสอร์ทที่ให้บริการการดูแลรักษาสุขภาพแบบเต็มรูปแบบ ● เข้าร่วมการทำโยคะที่มีอาหารเพื่อสุขภาพและการทำสมาธิในบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ 	<p>ค้นหาการรักษาสุขภาพหรือเข้าร่วมประสบการณ์ด้านการดูแลสุขภาพในขณะที่เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลัก</p> <p>ตัวอย่าง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● นักเดินทางเพื่อธุรกิจหรือพักผ่อนซึ่งมองหาที่พักอาศัย อาหาร และฟิตเนสเป็นทางเลือกในการดูแลรักษาสุขภาพของตนเอง ● ผู้พักผ่อนที่รีสอร์ทตามชายหาด ซึ่งต้องการทำสปาหรือเสริมความงามในซาลอนเป็นบางครั้งระหว่างการเดินทาง ● นักท่องเที่ยวเรือสำราญที่เลือกเรือซึ่งมีบริการสปาเสริมความงาม และฟิตเนส ● นักเดินทางผจญภัยที่เยี่ยมเยือนสปาหลังจากการปีนเขาหรือขี่จักรยานมาแล้วทั้งวัน ● นักเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ที่ไปนวดแผนไทยหรือนวดกดจุด ซึ่งถือว่าเป็นเพียงแค่บางส่วนของกรไปกรุ๊ปทัวร์นั้น

แผนภาพที่ 2-2 แสดงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใช้บริการ



พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพฤติกรรมความสนใจในการดูแลสุขภาพสามารถแสดงให้เห็นได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งพัฒนาจากวิธีการรักษาผู้ที่เจ็บป่วยมาเป็นผู้บริโภคที่ไม่เจ็บป่วยแต่นิยมดูแลสุขภาพของตนเองให้ดีอยู่เสมอ โดยเน้นการป้องกันการเกิดโรคมามากกว่าการรักษาโรค สำหรับการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมรักษาสุขภาพ (Wellness Consumers) นั้น สามารถแบ่งได้เป็นสามกลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ ฝั่งซ้ายสุดเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มมีความสัมพันธ์กับสุขภาพในลักษณะที่เป็นมิติเดียว (One Dimension) ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเน้นที่ปัญหาเฉพาะด้านสุขภาพแทนที่จะมองภาพการรักษาสุขภาพในลักษณะที่เชื่อมโยงกับการใช้ชีวิตที่ดีในหลายมุมมอง ทางฝั่งขวามือจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักด้านการรักษาสุขภาพ (Core Wellness Consumers) ซึ่งมองภาพแบบองค์รวมและใช้วิธีการที่ผสมผสานกันในการดูแลสุขภาพ รวมทั้งตระหนักถึงประเด็นเรื่องสภาพแวดล้อมและความยั่งยืน และนำประเด็นเรื่องสังคมและสิ่งรอบตัวทั้งหมดมาเชื่อมโยงกันแบบองค์รวม (Holistic Approach) เมื่อคุณค่าและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขาได้รับการพัฒนาและวิวัฒนาการมากขึ้น เช่น ได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคเหล่านี้มีแนวโน้มจะขยับจากผู้บริโภครอบนอก (Periphery Consumers) ซึ่งอยู่ฝั่งซ้ายมือมาเป็นกลุ่มระดับกลาง (Mid-Level Consumers) และกลายมาเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลัก (Core Wellness Consumers) ที่อยู่ในกลุ่มขวามือในที่สุด

ตารางที่ 2-2 ประเภทกลุ่มผู้บริโภคเชิงสุขภาพ (Wellness Consumer Segments)

กลุ่มผู้บริโภคเชิงสุขภาพ (Wellness Consumer Segments)		
ผู้บริโภครอบนอก (Periphery Consumers)	ผู้บริโภคที่อยู่ตรงกลาง (Mid-Level Consumers)	ผู้บริโภคที่เป็นแกนหลัก (Core Consumers)
<ul style="list-style-type: none"> • ผู้บริโภคเชิงสุขภาพที่เพิ่งเข้ามา • ประสงค์จะเข้าร่วมด้านการดูแลสุขภาพ แต่พฤติกรรมการบริโภคไม่สอดคล้องกับวิธีการดูแลสุขภาพ • ใช้วิธีมีปฏิริยาต่อสุขภาพ เน้นการรักษาโรคในกรณีที่เกิดอาการเจ็บป่วยเท่านั้น • ออกกำลังกายเพื่อบริหารน้ำหนักบ้าง • หลีกเลี่ยงสินค้าสำหรับการดูแลสุขภาพส่วนตัวเฉพาะในกรณีที่พักเท่านั้น • เน้นหลีกเลี่ยงอาหารและส่วนผสมของอาหารที่ไม่เป็นผลดีต่อสุขภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> • เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตที่ดูแลสุขภาพของตนเองในระดับปานกลาง • ปฏิบัติตามวิถีทางของผู้บริโภคที่เป็นแกนหลักในบางครั้ง • บางครั้งใช้วิธีการป้องกันโรคเพื่อดูแลสุขภาพ • ออกกำลังกายเพื่อประโยชน์ต่อร่างกาย • หลีกเลี่ยงการใช้ส่วนตัวที่เป็นพิษหรือมีสารพิษด้วยเหตุผลในเรื่องการรักษาสุขภาพ • หลีกเลี่ยงอาหารที่ไม่ดี และแสวงหาอาหารแบบธรรมชาติที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย 	<ul style="list-style-type: none"> • เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตที่ดูแลรักษาสุขภาพอย่างกระตือรือร้นตลอดเวลา • เป็นผู้กำหนดแนวทางการดูแลสุขภาพให้แก่ผู้บริโภคอื่นๆ • ใช้วิธีการป้องกันดูแลสุขภาพแบบป้องกันและแบบองค์รวม • ใช้วิธีการดูแลร่างกายและจิตใจแบบสมดุล • หลีกเลี่ยงการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม • เน้นการรับประทานอาหารแบบท้องถิ่น/ออร์แกนิก และคำนึงถึงประเด็นเรื่องสังคม/สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเป็นการดูแลสุขภาพตนเองนั้นส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นแกนหลัก (Core Wellness Consumers) ซึ่งมีความสนใจและเอาใจใส่ในการดูแลรักษาสุขภาพในวิถีชีวิตของตนอย่างแท้จริง ค้นหาความสมดุลระหว่างสุขภาพกายและสุขภาพจิต มีสามัญสำนึกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวที่ดูแลสุขภาพของตนเองเป็นวัตถุประสงค์รองมักจะอยู่ในกลุ่มผู้บริโภครอบนอก (Periphery or Mid-Level Wellness Consumers) เป็นส่วนมาก อย่างไรก็ตามกลุ่มหลังอาจจะเลือกเดินทางเพื่อดูแลรักษาสุขภาพเป็นวัตถุประสงค์หลักก็ได้ หากว่าความสนใจและความตั้งใจที่จะดูแลสุขภาพของตนมีเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

ประเภทและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ได้แบ่งประเภท รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย⁶ 1) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการต่างๆ เช่น เวชศาสตร์ฟื้นฟู เซลล์บำบัด (Regenerative Medical) การผ่าตัดข้อต่อและเอ็น (Joint Replacement) ทันตกรรม/ทำฟัน (Dental Surgery) ศัลยกรรม (Cosmetic Surgery) การรักษาผู้มีบุตรยาก (IVF, Fertility) การแพทย์ทางเลือก (Alternative

⁶ www.tourismatbuu.wordpress.com

Treatments) เช่น การแพทย์จีน / ฝังเข็ม การแพทย์แผนไทย และการรักษาด้วยไฟฟ้า เป็นต้น 2) การท่องเที่ยวรูปแบบสปาและบริการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness & Spa Tourism) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการต่างๆ เช่น การบำบัดความงาม (Beauty Treatment) สปา/ธาราบำบัดหรือวาริบำบัด (Spa: Hydrotherapy) ซึ่งเป็นการดูแล การรักษา บำบัดโดยการใช้น้ำเพื่อให้ร่างกายมีความรู้สึกกระปรี้กระเปร่า ผ่อนคลายความตึงเครียดเมื่อยล้า การนวดผ่อนคลาย (Massage & Relaxation Program) การบริการสุขภาพบำบัด (Healthy Treatment) โดยวิธีดีท็อกซ์ การสวนล้างลำไส้ใหญ่เพื่อล้างพิษ การบำบัดด้วยไอโซนโปรแกมการลดน้ำหนัก การตรวจสุขภาพ วิตามินบำรุงผิวพรรณ การให้ล้างพิษหลอดเลือดผ่านทางน้ำเกลือ ฯลฯ การออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพกาย (Exercise) เช่น โยคะ มวยไทย สอนกีฬาประเภทต่างๆ ฯลฯ สุขโภชนาการ (Healthy Food) เช่น การดูแลคุณค่าทางโภชนาการอาหาร การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีการทางธรรมชาติ (Spirit & Mind / Meditation) และ สมุนไพร / น้ำพุร้อนธรรมชาติเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Herb / Hot Spring) และ 3) การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ (Elderly Tourism) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการต่างๆ เช่น สถานพักตากอากาศระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ (Long Stay) บ้านพักผู้สูงอายุ (Senior Care) และศูนย์บริการผู้สูงอายุ

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยมีรูปแบบการจัดโปรแกรมทัวร์ที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพต่างๆ ได้แก่⁷

1) **ทัวร์แพทย์แผนไทย** เยี่ยมชมวัดโพธิ์ที่มีประวัติความเป็นมาที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ซึ่งได้รับยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย รับฟังการบรรยายสรุปและชมการสาธิตการนวดไทยแผนโบราณเพื่อการรักษาโรคและการส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนเรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณจากผู้ที่มีความสามารถเปรียบเทียบกับวิธีการนวดแผนโบราณของประเทศไทยกับการนวดของประเทศอื่นๆของโลก

2) **ทัวร์อาหารสมุนไพร** เยี่ยมชมศูนย์เกษตรสมุนไพร สวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร และศึกษาเรียนรู้ความมหัศจรรย์แห่งภูมิปัญญาไทยที่สร้างสรรค์โรงวัฒนธรรมทางด้านอาหารสมุนไพรไร้พิษที่มีแคลอรีต่ำและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การนวดแพทย์แผนไทยและอบสมุนไพรเพื่อบำบัดรักษาโรคและบำรุงรักษาสุขภาพ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา / ฝึกโยคะ / ฝึกกายบริหารท่าฤๅษีตัดตนและชมการสาธิตกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

3) **ทัวร์สมุนไพรชนบท** เยี่ยมชมทัศนศึกษาการปฏิบัติงานของกลุ่มชมรม สมาคม และผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยังอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอยาพื้นบ้านโดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพรในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยายสรุปคุณ รวมทั้ง การสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหมอยาพื้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่มชมรมหรือสมาคมสมุนไพร

4) **ทัวร์เกษตรธรรมชาติ** เยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริและการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ ด้วยการฝึกฝนวิธีการปลูกผักพื้นบ้านสำหรับบริโภคได้เอง การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่ ไร่ปุ๋ย ไร่ยาฆ่าแมลง โดยมีการทัศนศึกษาและพบปะสนทนาและพูดคุยกับนักวิชาการพื้นบ้านเกษตรกรกรมไทย

⁷ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562 จาก <https://sites.google.com/site/456556123456asdf/kar-thxng-theiyw-cheing-sukhphaph>.

5) **ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่** เยี่ยมชมทัศนศึกษาแหล่งน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ที่มีอยู่ในหลายจังหวัด ทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย และพักในโรงแรมและรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้สถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่เพื่อ บำบัดสุขภาพ โดยมีการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามในจังหวัด อันเป็นที่ตั้งของน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่นั้น

6) **ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา** เยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติอันสวยงามสดดงามและสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธศาสนา เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่ร่มรื่น สงดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษา แนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการคลายเครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออก

7) **ทัวร์แหล่งธรรมชาติ** เยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติ และเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพที่สวยงาม โดยการเดินป่าสมุนไพรรหรือขี่จักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพในอุทยาน แห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างหลากหลายในสถานที่พักผ่อนประเภทโรงแรม และรีสอร์ทที่มีสถานบริการส่งเสริมสุขภาพแบบสปาให้เลือกใช้บริการ

นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัย “การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเอเชีย” ของสมบัติ กาญจนกิจ และคณะ (2561)⁸ ได้แบ่ง ประเภทหรือรูปแบบของการท่องเที่ยวของไทย โดยปัจจัยที่เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและปัจจัยเชิงโครงสร้าง ประชากร ในส่วนของปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยว เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเลือกท่องเที่ยวตามรูปแบบการท่องเที่ยว ในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งจากการศึกษาได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยว เชิงสุขภาพของประเทศไทย ออกเป็น 3 ประเภท ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ละประเภทล้วนแล้วแต่ มีจุดเด่นและศักยภาพ ดังนี้คือ 1) **แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ** เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มีทรัพยากรธรรมชาติเป็นพื้นฐาน และมีความงดงามตามสภาพธรรมชาติอันเป็นเอกลักษณ์หรือสัญลักษณ์ ของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น น้ำพุร้อน น้ำแร่ โคลน หินแร่ สมุนไพรชนิดต่างๆ ฯลฯ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการส่งเสริม สุขภาพแก่นักท่องเที่ยว 2) **แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มนุษย์สร้าง** เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น สถานประกอบการสปา ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ ฯลฯ และ 3) **แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบผสมผสาน** เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านการส่งเสริม สุขภาพ บำบัด รักษา หรือช่วยให้ผ่อนคลาย เช่น แหล่งน้ำพุร้อน น้ำแร่ โคลน หิน ดิน รวมทั้งมีการออกแบบ หลักสูตรส่งเสริมสุขภาพเป็นของตนเอง นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภท มีศักยภาพในการบริหารจัดการ และการให้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการที่พัก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งนันทนาการ เพื่อสุขภาพ ด้านการบริหารจัดการ และด้านผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เว้นแต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มนุษย์สร้างขึ้นที่มีศักยภาพด้านการจัดพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพิ่มเติมเข้ามา

⁸ สมบัติ กาญจนกิจ และคณะ. (อ้างแล้ว).

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตามปัจจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทยในระยะยาวตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในการกำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทย “มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ต่ำ

การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญต่อการเสริมสร้างรายได้หลักให้แก่ประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมุ่งเพิ่มเป้าหมายจากรายได้ทางการท่องเที่ยวให้เติบโตไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 11.5 ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายใต้เป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก หรือเป็นแม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทยยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ การเสริมความงามสู่ตลาดระดับสูง การท่องเที่ยวทางน้ำ และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค เพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทย และภูมิภาคไปพร้อมกัน⁹

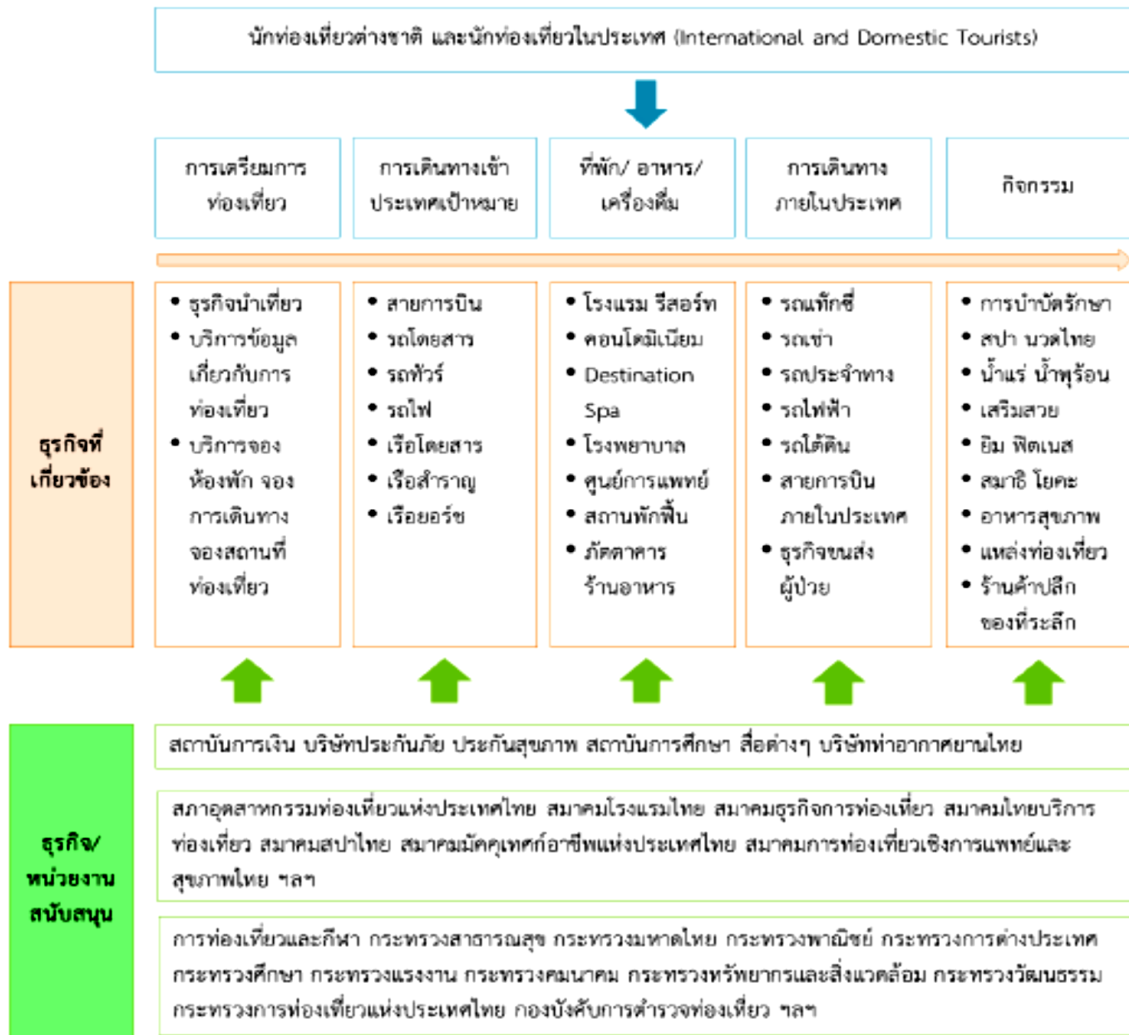
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นๆ (Business to Business) เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่คุณค่า มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจหลายประเภทที่มีความเกี่ยวเนื่องทั้งโดยตรงและทางอ้อม รวมทั้งธุรกิจสนับสนุนต่างๆ ซึ่งช่วยสร้างงานและเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ จึงเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ดีและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและหน่วยงานอื่นๆ ในหลากหลายรูปแบบ แสดงได้ดังรูปต่อไปนี้¹⁰

⁹ TAT Review. **ทิศทางการท่องเที่ยวไทยปี 2562**. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2562 จาก <http://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-thailand-2562/>

¹⁰ สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2560). รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โครงการพัฒนาผู้ประกอบการด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม Intellectual Property Innovation Driven Enterprise (IP IDE Center).

ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

แผนภาพที่ 2-3 ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับอุตสาหกรรมและหน่วยงานอื่นๆ



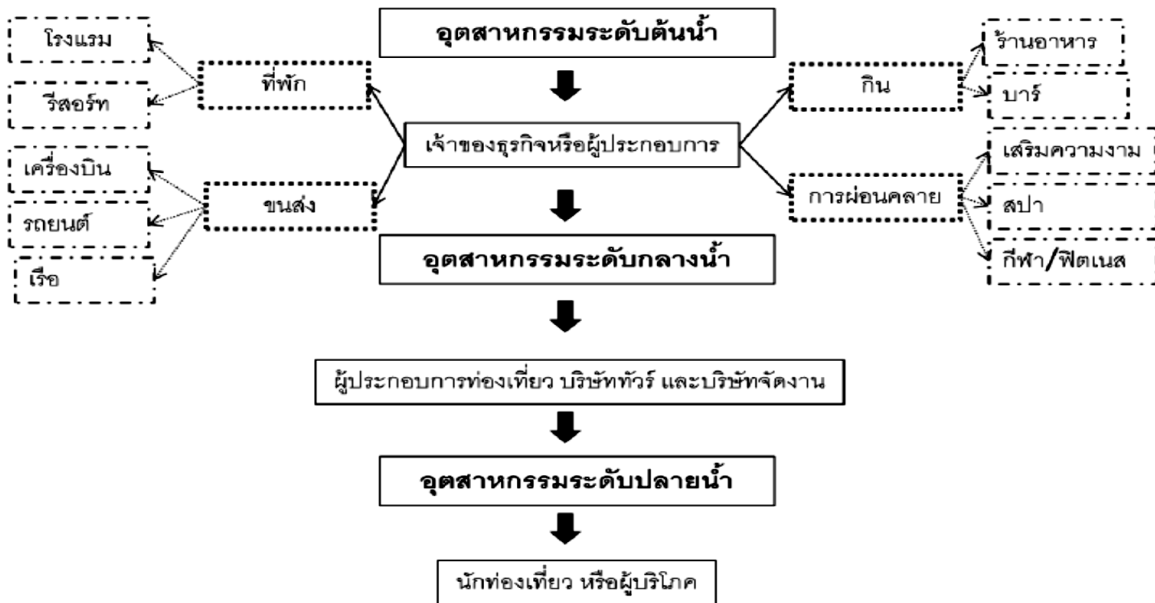
ที่มา: สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560).

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) ของซินยัน และคณะ (2009)¹¹ ได้กล่าวถึงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นระบบพลวัต กล่าวคือ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งพัฒนาตามช่วงเวลา ประกอบด้วยอุตสาหกรรมระดับต้นน้ำ ได้แก่ เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท สายการบิน ระบบขนส่ง ร้านอาหาร ในส่วนของอุตสาหกรรมระดับกลางน้ำ ได้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว (Tour operators) และอุตสาหกรรมระดับปลายน้ำ คือ นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค ซึ่งความผันผวนและการเพิ่มความต้องการจากอุตสาหกรรมระดับปลายน้ำจะส่งผลต่ออุตสาหกรรมระดับต้นน้ำโดยตรง ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมกิจกรรมทั้งหมดที่ดำเนินการเกี่ยวกับการแบ่งปันทรัพยากร การลด

¹¹ Xinyan Z, Haiyan S, George Q.H. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. Tourism Management. 30:345 - 358.

ต้นทุน และการกำหนดมูลค่าของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด รวมถึงสินค้า การบริการ เงิน และการไหลเวียนของข้อมูลที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 2-4 แผนภาพห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว



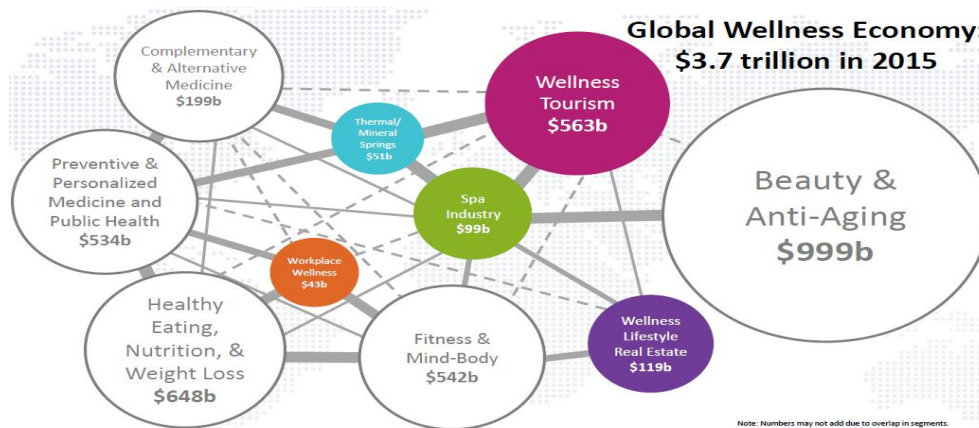
สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบัน

จากการเผยแพร่รายงานของ Global Wellness Institute เมื่อต้นปี พ.ศ. 2560 ระบุว่าเศรษฐกิจเชิงส่งเสริมสุขภาพโลกมีส่วน ร้อยละ 5 ของผลผลิตเศรษฐกิจโลกทั้งหมด และมีขนาดเกือบครึ่งหนึ่งของการใช้จ่ายด้านสุขภาพของโลก ที่มีมูลค่าสูงถึง 7.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2557 มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.6 จากปี พ.ศ. 2556 - 2558 ตรงข้ามกับการลดลงของเศรษฐกิจโลกที่อยู่ในอัตราติดลบ ร้อยละ 3.6 โดยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.6 จากมูลค่า 3.36 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 มาเป็น 3.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2558 ประกอบด้วย ความงามและการชะลอวัย (Beauty & Anti-Aging) ที่มีมูลค่าสูงสุด 999 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมา ได้แก่ การกินที่ถูกสุขลักษณะและการลดน้ำหนัก (Healthy Eating, Nutrition & Weight Loss) มูลค่า 648 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) มูลค่า 563 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ การออกกำลังกาย (Fitness & Mind-Body) มูลค่า 542 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และอื่นๆ¹² สำหรับกลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ กลุ่มธุรกิจสปา โดยข้อมูลจาก Global Wellness รายงานการขยายตัวของมูลค่าธุรกิจสปาทั่วโลก ในปี 2015 - 2018 มีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 6% โดยมีมูลค่าทางการตลาดในปี 2018 กว่า 62,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และคาดการณ์ว่าในปี 2020 จะมีมูลค่าสูงถึง 68,640 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยตลาดสปาที่ใหญ่ที่สุดของโลก คือ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 19,081 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ใหญ่กว่าอันดับสอง คือ สหรัฐอเมริกา

¹² Global Wellness Institute. (2017). Global Wellness Ecoomy Monitor.

ถึง 2 เท่าตัว ส่วนตลาดสปาของไทยในปี 2020 คาดการณ์ว่าจะมีมูลค่า 2,161 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ใหญ่เป็นอันดับ 9 ของโลก และใหญ่เป็นอันดับสามในภูมิภาคเอเชีย¹³

แผนภาพที่ 2-5 Global Wellness Economy ปี พ.ศ. 2558



การขยายตัวของชนชั้นกลาง การเพิ่มขึ้นของรายได้ที่สามารถนำมาใช้จ่ายใช้สอยได้ (Disposable Income) และการเอาใจใส่ดูแลในเรื่องสุขภาพที่มีมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้นตาม ด้วยมูลค่า 563.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นจาก 494.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2556 คิดเป็นเพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.8 ต่อปี ในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ หรือร้อยละ 16.7 ต่อปี ในสกุลเงินยูโร ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่มากกว่าการเติบโตของการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวโดยรวม (ร้อยละ 3.4 ต่อปี ในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ ร้อยละ 13.2 ต่อปี ในสกุลเงินยูโร) ด้วยจำนวนการเดินทางทั้งหมด 691 ล้านครั้งในปี พ.ศ. 2558 มากกว่าการเดินทางทั่วโลกในปี พ.ศ. 2556 ถึง 104.4 ล้านครั้ง คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 6.5 ของการเดินทางท่องเที่ยวทุกประเภท แต่มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่มากกว่า คือ ร้อยละ 15.6 เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีฐานะค่อนข้างดี การเดินทางในรูปแบบที่ 2 ที่เป็นการแบ่งเวลาส่วนหนึ่งสำหรับการทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากกว่ารูปแบบที่ 1 ด้วยสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 89 จากจำนวนการเดินทางเชิงส่งเสริมสุขภาพทั้งหมด ด้วยอัตราการเติบโตสูงมากกว่ามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่ยังคงมาจากนักท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ 83) แต่ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556-2558) นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวในประเทศ

ปัจจุบันหลายประเทศในโลกเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super-Aged Society) รวมทั้งในอนาคตจะมีประเทศที่เข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอดมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศที่มีกำลังซื้อสูง เช่น ประเทศญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ จีน เป็นต้น ประกอบกับเทคโนโลยีการแพทย์ที่ก้าวหน้า ส่งผลให้ผู้คนมีอายุขัยเฉลี่ยยืนยาวมากขึ้นในทุกๆ ภูมิภาคทั่วโลก¹⁴

¹³ TAT Intelligence Center. (2561). **เข็มทิศท่องเที่ยว ไตรมาส 3/ 2561**. ม.ป.ท.: ม.ป.พ..

¹⁴ ข้อมูลจาก Euromonitor

ข้อมูลจาก SCB Economic Intelligence Center ชี้ว่านักท่องเที่ยวแบบ Wellness Tourism จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 61% เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงกว่า (High Purchasing Power) และมีช่วงเวลาในการท่องเที่ยว (Duration of Stay) ยาวนานกว่า นอกจากนี้จากการรายงานของหนังสือประชาชาติธุรกิจถึงการขยายตัวของชนชั้นกลางทั่วโลกจะมีเพิ่มมากขึ้น โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2009 เป็น 5 เท่าในปี 2030 และการใช้จ่ายของชนชั้นกลางชาวเอเชียจะเพิ่มขึ้น 571% ภายในปี 2030 ทำให้กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ที่สูงขึ้น ซึ่งมักจะให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวและด้านสุขภาพมากขึ้นด้วย

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย¹⁵

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่องด้วยศักยภาพด้านทำเลที่ตั้ง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยปี พ.ศ. 2559 มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 10.93

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยในปี พ.ศ. 2558 Global Wellness Institute (GWI) ได้จัดอันดับให้ประเทศไทยมีขนาดตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่ในอันดับที่ 13 ของโลก โดยมีการใช้จ่าย 9.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีจำนวนการเดินทาง 9.7 ล้านครั้ง เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2556 จำนวน 1.5 ล้านครั้ง หรือขยายตัวในอัตรา ร้อยละ 8.5 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยรวม นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นผู้นำตลาดในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวทางการแพทย์ (Medical Tourism) เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียน การบริการทางการแพทย์ของไทยมีจุดเด่นในด้านคุณภาพของบุคลากรทั้งแพทย์ พยาบาล ผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ ความคุ้มค่าคุ้มราคา รวมทั้งชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวและบริการที่เป็นมิตร โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยมีการนำศาสตร์ในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของไทยมาประกอบในการบริการทางสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ได้แก่ สปาสมุนไพร นวดไทย ฤาษีดัดตน โยคะ การฟื้นฟูจิตใจ

เมื่อพิจารณาตามรูปแบบการให้บริการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ซึ่งจากการรายงานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2560 พบว่า 8 ประเทศที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจสปา และกิจกรรมด้านสุขภาพ (wellness) มากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 2,480,380 คน รองลงมา เกาหลีใต้ จำนวน 664,926 คน ญี่ปุ่น จำนวน 415,616 คน มาเลเซีย จำนวน 415,011 คน รัสเซีย จำนวน 411,901 คน อินเดีย จำนวน 411,308 คน ฮองกง จำนวน 354,449 คน และสหรัฐอเมริกา จำนวน 332,601 คน ตามลำดับ ส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้บริการธุรกิจสปาและกิจกรรมด้านสุขภาพ มากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวคูเวต 6,126 บาท/คน/ทริป รองลงมา คูเวต 6,005 บาท/คน/ทริป เม็กซิโก 5,850 บาท/คน/ทริป คาซัคสถาน 5,423 บาท/คน/ทริป เนปาล จำนวน 5,411 บาท/คน/ทริป รัสเซีย จำนวน 5,370 บาท/คน/ทริป และโอมาน 5,174 บาท/คน/ทริป

ในปี พ.ศ. 2560 การสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เข้ามาใช้บริการเชิงการแพทย์ที่เดินทางมาไทยเพื่อรักษาโรคเฉพาะทาง ตรวจสุขภาพ บริการด้านการชะลอวัย และศัลยกรรมความงาม เนื่องจากบริการเหล่านี้ในไทยมีชื่อเสียงและมาตรฐานใกล้เคียงโรงพยาบาลในยุโรป ทั้งเรื่องเทคโนโลยี

¹⁵ สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). (อ้างแล้ว).

ระยะเวลาในการรอคิว และค่าใช้จ่ายที่ประหยัดกว่าประเทศอื่นๆ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไทย เพื่อใช้บริการการแพทย์มากที่สุด คือ จีน เนื่องด้วยการปรับนโยบายใหม่ ที่อนุญาตให้แต่ละครอบครัวมีลูกได้ 2 คน ทำให้บริการการรักษาผู้มีบุตรยาก IVF ได้รับความนิยมอย่างมาก และเป็นบริการที่มีค่าใช้จ่ายสูงสุด อยู่ที่ 200,000 - 400,000 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจีนยังใช้บริการ Anti-Aging & Wellness มากที่สุด ซึ่งสร้างรายได้ให้ประเทศไทยกว่า 23,000 ล้านบาท ซึ่งข้อมูลการรายงานสถิติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเชิงการแพทย์ในประเทศไทย มีรายละเอียด ดังนี้¹⁶

- สถิติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการ Anti-Aging & wellness ในประเทศไทย

สถิติจำนวน Medical tourist ที่มาใช้บริการต่อปี	66,492 คน
รายได้รวมจาก Medical tourist ที่มาใช้บริการในปี พ.ศ. 2560	23,128,859,400 บาท
Medical tourist ที่มาใช้บริการมากที่สุด 10 อันดับ	1. จีน 2. อังกฤษ 3. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 4. สิงคโปร์ 5. อินเดีย 6. เยอรมนี 7. ออสเตรเลีย 8. เวียดนาม 9. สหรัฐอเมริกา และ 10. กาตาร์
ระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทย	เฉลี่ยรวม 5 วัน
ปริมาณการใช้จ่ายต่อคนในการใช้บริการทางการแพทย์	234,923 - 700,000 บาท

- สถิติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการรักษาผู้มีบุตรยาก IVF ในประเทศไทย

Medical tourist ที่มาใช้บริการมากที่สุด 10 อันดับ	1. จีน 2. เวียดนาม 3. เมียนมา 4. อินเดีย 5. ฮองกง 6. อินโดนีเซีย 7. กัมพูชา 8. ญี่ปุ่น 9. ลาว และ 10. สิงคโปร์
ระยะเวลาในการรับบริการทางการแพทย์	เฉลี่ยรวม 10 วัน
ปริมาณการใช้จ่ายต่อคนในการใช้บริการทางการแพทย์	200,000 - 400,000 บาท

- สถิติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการรีสอร์ทและศูนย์สำหรับการบำบัดผู้ติดแอลกอฮอล์และติดยา

Medical tourist ที่มาใช้บริการมากที่สุด 10 อันดับ	1. ออสเตรเลีย 2. อังกฤษ 3. สหรัฐอเมริกา 4. ฮองกง 5. สิงคโปร์ 6. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 7. นิวซีแลนด์ 8. แคนาดา 9. ฟิลิปปินส์ และ 10. โปรตุเกส
ระยะเวลาในการรับบริการทางการแพทย์	เฉลี่ยรวม 28 วัน
ปริมาณการใช้จ่ายต่อคนในการใช้บริการทางการแพทย์	230,000 - 440,000 บาท

¹⁶ _____. เปิดฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เข้ามาเที่ยวเชิงการแพทย์ในไทย. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2562 จาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/medical-tourism-2018/>

● สถิติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการรีสอร์ทสุขภาพ

Medical tourist ที่มาใช้บริการมากที่สุด 10 อันดับ	1. อังกฤษ 2. ออสเตรเลีย 3. เยอรมนี 4. สหรัฐอเมริกา 5. รัสเซีย 6. อินเดีย 7. จีน 8. สิงคโปร์ 9. ญี่ปุ่น และ 10. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
ระยะเวลาในการรับบริการทางการแพทย์	เฉลี่ยรวม 3 - 10 วัน
ปริมาณการใช้จ่ายต่อคนในการใช้บริการทางการแพทย์	37,000 - 160,000 บาท

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาใช้บริการเพื่อสุขภาพในประเทศไทย จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า คุณภาพของสถานประกอบการทางการแพทย์ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาใช้บริการมากที่สุด รองลงมา อัตราความสำเร็จในการรักษาของโรงพยาบาล คลินิก หรือแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ อันดับสาม คำแนะนำ และชื่อเสียงของโรงพยาบาล คลินิก และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ อันดับสี่ คุณภาพของแพทย์ หรือทันตแพทย์ อันดับห้า ความปลอดภัย อันดับหก ค่าใช้จ่ายในการรักษา การเดินทาง และที่พัก อันดับเจ็ด บริการทางการแพทย์ที่ไม่มีให้บริการในประเทศของตน อันดับแปด การดูแลหลังรักษา (aftercare) อันดับเก้า โอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวก่อนหรือหลังจากรับบริการทางการแพทย์ และอันดับสิบ ความเข้าใจของภาษาตนเอง

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก^{17, 18}

จากการศึกษาวิจัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน ได้วิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันจากข้อมูลต่างๆ ของคู่แข่งและตำแหน่งในการแข่งขันของประเทศไทย (Competitors and Thailand's Position Analysis) โดยศึกษาเทียบเคียงกับประเทศที่มีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice Study) ซึ่งพบว่าประเทศสิงคโปร์เป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทยและมีความได้เปรียบในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในหลายๆ ด้านจากการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานในด้านสถานพยาบาล บุคลากร และอุปกรณ์การแพทย์ ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตลอดจนการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ และการดำเนินนโยบายและกลไกเชิงรุกที่ชัดเจนจากการจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ เพื่อส่งเสริมบริการสุขภาพขึ้นมาโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศสิงคโปร์ไปสู่การเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์แห่งภูมิภาคเอเชีย อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศสิงคโปร์จะเป็นคู่แข่งที่สำคัญและมีความได้เปรียบในการแข่งขันหลายๆ ด้าน แต่ประเทศไทยก็ยังคงเป็นประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางด้านบริการทางการแพทย์ของภูมิภาคเอเชียอยู่

ข้อมูลจากกองสุขภาพระหว่างประเทศ ณ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ระบุว่า สถานพยาบาลทั่วประเทศของไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล JCI (Joint Commission International

¹⁷ _____. ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทย บুমสุดขีด. สืบค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2562 จาก [http://www.blrbangkok.com/News/%E0%... 94](http://www.blrbangkok.com/News/%E0%...)

¹⁸ กานดา ธีรานนท์. (2561). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น. 12 (Supplement). 22 - 34.

Accreditation) มีทั้งหมด 61 แห่ง แบ่งเป็นโรงพยาบาล 47 แห่ง และคลินิก 14 แห่ง ล่าสุด สมิติเวช เป็นโรงพยาบาลแห่งเดียวในเอเชียที่ได้รับเลือกเป็น 1 ใน 5 สถานพยาบาลที่ดีที่สุดในโลก รองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) จากการจัดอันดับโรงพยาบาลยอดเยี่ยมระดับโลกสำหรับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปี 2018 โดย The Medical Travel Quality Alliance (MTQUA) ซึ่งได้จัดอันดับสถานพยาบาลยอดเยี่ยมระดับโลก 5 อันดับแรก เรียงลำดับได้ดังนี้คือ อันดับหนึ่ง Asklepios Bonnik Bambek ประเทศเยอรมนี อันดับสอง Clemenceau Medical Center ประเทศเลบานอน อันดับสาม The Specialty Hospital ประเทศจอร์แดน อันดับสี่ Anadolu Medical Center ประเทศตุรกี และอันดับห้า โรงพยาบาลสมิติเวช ประเทศไทย

นอกจากนี้ The International Healthcare Research Center (IHRC) ได้จัดอันดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยอยู่อันดับ 6 ของโลก เนื่องจากมีจุดแข็งคือ 1) สถานพยาบาล บุคลากร และการให้บริการมีมาตรฐานได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ 2) อัตราค่าบริการไม่สูงนักหากเทียบกับคุณภาพ 3) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย ค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวไม่สูง มีสายการบินที่ครอบคลุมการเดินทาง และมีความรวดเร็วด้านการติดต่อประสานงาน โดยข้อมูลจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC) เปิดเผยว่า โรงพยาบาลเอกชนของไทยมีรายได้จากการรักษาพยาบาลชาวต่างชาติราวปีละ 7 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็น 0.01% ของ GDP

ขณะที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าปี พ.ศ. 2561 รายได้ของกลุ่มธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนที่พึ่งพารายได้จากกลุ่มลูกค้าคนไทยระดับกลาง จะขยายตัว ร้อยละ 7-9 แม้ภาวะเศรษฐกิจจะยังไม่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน แต่คนไข้ยังต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรักษาพยาบาล ทำให้การเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก หรือมีค่ารักษาพยาบาลไม่เกินวงเงินที่ทางบริษัทประกันกำหนด ส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนที่จับกลุ่มคนไทยรายได้ปานกลาง มีอัตราการเติบโตดี โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะมีรายได้ตั้งแต่ 100,000 บาทต่อปีขึ้นไป กระจายอยู่ในกรุงเทพฯ และภาคกลางเป็นหลัก นอกจากนี้โรงพยาบาลที่เน้นจับกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีรายได้มากกว่า 500,000 บาทต่อปี และเป็นกลุ่มที่ถูกขับเคลื่อนจากคนไข้ต่างชาติด้วย คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตประมาณ ร้อยละ 6 - 8

ส่วนกลุ่มลูกค้าต่างชาติ ศูนย์วิจัยกสิกรได้ประมาณการส่วนแบ่งตลาดจากคนไข้แต่ละประเทศ ซึ่งคำนวณจากรายได้ของโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 70 ของรายได้ทั้งหมดในตลาดหลักทรัพย์ พบว่า กลุ่มตะวันออกกลาง อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โอมาน คูเวต กาตาร์ ครองส่วนแบ่งสูงสุดที่ 12.5% ตามด้วยเมียนมา 8.7% สหรัฐฯ 6.2% สหราชอาณาจักร 5.0% ญี่ปุ่น 4.9% กัมพูชา 2.2% และอื่นๆ รวม 60.4% โดยคาดว่า ปี พ.ศ. 2561 นี้ จะมีคนไข้ชาวต่างชาติมาใช้บริการรักษาพยาบาลประมาณ 3.42 ล้านครั้ง แบ่งเป็น Medical Tourism ประมาณ 2.5 ล้านครั้ง และกลุ่ม EXPAT หรือกลุ่มลูกค้าต่างชาติที่ทำงานและพำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย ประมาณ 9.2 แสนครั้ง

จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาไทย ประกอบกับแนวโน้มของคนจีนที่เดินทางไปรักษาพยาบาลในต่างประเทศเพิ่มขึ้นนั้น ทำให้โรงพยาบาลเอกชนเน้นจับกลุ่ม Medical Tourism จีนมากขึ้น โดยปี พ.ศ. 2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาเที่ยวไทยประมาณ 10.4 - 10.6 ล้านคน ขยายตัว ร้อยละ 6.1 - 8.2 สะท้อนให้เห็นว่าตลาดจีนน่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพของไทย มีความคุ้นเคยหรือชื่นชอบท่องเที่ยวไทย รวมถึงอาหารและแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ อีกทั้งการบริการทางการแพทย์ไทยก็ค่อนข้างมีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับในเรื่องของคุณภาพและการรักษาที่ได้มาตรฐานสากล คุ่มค่าคุ่มราคา ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ประเมินว่า ปี พ.ศ. 2561 จำนวนนักท่องเที่ยว Medical Tourism ชาวจีนไม่ต่ำกว่า 40,000 ราย จะเดินทางมาประเทศไทย โดยกลุ่มลูกค้าที่น่าสนใจคือ 1) กลุ่มที่มีภาวะมีบุตรยาก และ 2) กลุ่มที่เน้นการดูแลด้านความงามอย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาด Medical Tourism ชาวจีนจะมีแนวโน้มขยายตัวอีกมาก แต่ไทยก็ต้องเผชิญการแข่งขันกับคู่แข่งที่สำคัญอย่างญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และมาเลเซีย อีกทั้งการจะขยายตลาด Medical Tourism ได้นั้น อาจจะต้องใช้เวลาในการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานในการรักษาพยาบาลให้มีความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ ในระยะข้างหน้า หากผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนไทย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับกลยุทธ์และเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า หรือพัฒนาจุดแข็งที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ก็น่าจะช่วยให้สัดส่วนของกลุ่ม Medical Tourism จากต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และอาจจะมีโอกาสขยายตลาดไปสู่บริการทางการแพทย์อื่นๆ อย่างโรคที่ซับซ้อนหรือรุนแรง เช่น ผ่าตัดหัวใจ ศัลยกรรมกระดูกและข้อ เป็นต้น

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569)¹⁹

กระทรวงสาธารณสุข มอบหมายให้กรมสนับสนุนบริการสุขภาพเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารจัดการขับเคลื่อนและสนับสนุนนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Medical and Wellness Tourism อีกทั้งนโยบายดังกล่าวยังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่สำคัญของรัฐบาลซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558

การดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาฯ มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับนโยบายรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้รัฐบาลได้แถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2557 โดยนโยบายด้านสาธารณสุขปรากฏอยู่ในนโยบายที่ 5 การยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุขและสุขภาพของประชาชน ตามข้อ 5.2 “พัฒนาระบบบริการสุขภาพ โดยเน้นการป้องกันโรคมากกว่ารอให้ป่วยแล้วจึงมารักษา สร้างกลไกการจัดการสุขภาพในระดับเขตแทนการกระจุกตัวอยู่ที่ส่วนกลาง ปรับระบบการจ้างงาน การกระจายบุคลากรและทรัพยากรสาธารณสุขให้เหมาะสมกับท้องถิ่นและให้ภาคเอกชนสามารถมีส่วนร่วมในการจ้างบุคลากรเพื่อจัดบริการสาธารณสุข โดยรัฐเป็นผู้กำกับดูแล สนับสนุนความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนในการพัฒนาระบบบริการทางการแพทย์และสาธารณสุข โดยส่งเสริมการลงทุนและการใช้ทรัพยากรและบุคลากรร่วมกัน โดยมีข้อตกลงที่รัดกุมและเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย” ข้อ 5.3 “เสริมความเข้มแข็งของระบบเฝ้าระวังโรคระบาด โดยเฉพาะโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติซ้ำ โดยมีเครือข่ายหน่วยเฝ้าระวัง หน่วยตรวจวินิจฉัยโรค และหน่วยที่สามารถตัดสินใจเชิงนโยบายในการสกัดกั้นการแพร่กระจายได้อย่างทันท่วงที” และนโยบายด้านการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ข้อ 6.6 “ชักจูงให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยพิจารณามาตรการลดผลกระทบจากการประกาศใช้กฎอัยการศึกในบางพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยวในโอกาสแรกที่จะทำได้ และสร้างสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกื้อกูลต่อบรรยากาศท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งการท่องเที่ยวอันมีลักษณะโดดเด่นร่วมกันหรือจัดเป็นกลุ่มได้ เช่น กลุ่มธรรมชาติ ทั้งจะให้เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา

¹⁹ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569).

จากวิถีชีวิตชุมชน โดยเน้นการให้ความรู้และเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สินการควบคุมสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว”

ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ของคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เมื่อวันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2558 ให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญดังนี้ 1) การพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวม 2) การพัฒนาเศรษฐกิจรายสาขา 3) การพัฒนาการเกษตรสู่ความเป็นเลิศด้านอาหาร 4) การพัฒนาศักยภาพคนให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศและมีคุณภาพชีวิตที่ดี 5) การสร้างความเสมอภาคเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ 6) การพัฒนาพื้นที่ภาค และการเชื่อมโยงภูมิภาค และ 7) การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบข้อเสนอ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) ประกอบด้วย การต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพใน 5 กลุ่ม ซึ่งเป็นการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้วในประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยการผลิต โดยการลงทุนชนิดนี้จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลาง ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมแห่งอนาคต 2) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4) การเกษตรเชิงประสิทธิภาพและเทคโนโลยีชีวภาพ และ 5) กลุ่มอาหารแห่งอนาคตหรือการแปรรูปอาหาร

นอกจากนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560 ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบในหลักการแล้ว เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2558 โดยมีวิสัยทัศน์เพื่อวางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน มีเป้าหมายรวม 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ (ในปี พ.ศ. 2560 มีการสร้างรายได้รวม 2.5 ล้านล้านบาท และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น) ด้านสังคม (การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในสังคมไทย และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน) และด้านสิ่งแวดล้อม (มีการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน) สำหรับพันธกิจประกอบด้วย การกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมาย/ พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน/ บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการบูรณาการเชื่อมโยงระดับชาติถึงท้องถิ่น

ดังนั้น เพื่อให้การส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สอดคล้องกับแผนและนโยบายของประเทศ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนตามกรอบแนวคิด หลักการของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ที่ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ.2560 - 2569) ประกอบด้วย 4 ผลผลิตหลัก ได้แก่ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และ 4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) ซึ่งคณะรัฐมนตรีเห็นชอบในหลักการแล้ว เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2559 ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมสู่การพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติที่สามารถแข่งขันกับนานาชาติประเทศ โดยใช้

ศักยภาพความแข็งแกร่งด้านระบบบริการสุขภาพของประเทศดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อรับบริการจนสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ

การขับเคลื่อนการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ. 2560 - 2569) กำหนดวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก (Thailand Hub of Wellness and Medical services) ภายใน 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2560 - 2569)” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อมุ่งพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาและบูรณาการทำงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นำศักยภาพ ชีตความสามารถ ทรัพยากรสุขภาพและทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมที่มีอยู่จำกัด ภูมิปัญญาไทย วิถีชุมชน มาสร้างบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ จนสามารถเพิ่มสัดส่วนรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ ทำให้ประเทศไทยเกิดความมั่นคงและความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยดำเนินการภายใต้ 5 พันธกิจ ประกอบด้วย 1) พัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของประเทศไทยในการแข่งขันด้านสุขภาพกับต่างประเทศ ตั้งแต่ระดับต้นน้ำถึงปลายน้ำ 2) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของสถานพยาบาล สถานประกอบการ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้สามารถจัดบริการสุขภาพที่ได้มาตรฐานสากล มีความเป็นเลิศ โดดเด่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพ 3) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพสถาบันการศึกษาให้มีความเป็นเลิศทางด้านวิชาการในระดับนานาชาติ 4) พัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพ ด้วยการสร้างกระบวนการประกันคุณภาพความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค และ 5) ส่งเสริมการตลาดและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่เอกลักษณ์และภูมิปัญญาไทย ให้ชาวต่างชาติยอมรับเกิดความประทับใจ ตลอดจนสร้างความแตกต่างในบริการสุขภาพกับต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569) กำหนดเป้าประสงค์ในการพัฒนา 3 เป้าประสงค์หลัก ได้แก่

- 1) ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพของโลก
- 2) ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืน และ
- 3) ประเทศไทยมีองค์ประกอบในการขับเคลื่อน ประกอบด้วย

3.1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ได้แก่ บริการนวดไทยเพื่อสุขภาพ/สปาเพื่อสุขภาพ บริการนวดเพื่อเสริมสวย บริการ Medical Spa บริการสปาน้ำพุร้อน บริการ Thalasso Therapy/ Climato Therapy บริการแบบพำนักระยะยาวเพื่อสุขภาพ (Long Stay for Health) บริการแบบ Health Resort และบริการแบบ Rehabilitation Center

3.2) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) ประกอบด้วย

3.2.1) บริการรักษาพยาบาล ได้แก่ บริการเสริมความงาม บริการทันตกรรม บริการศัลยกรรมตกแต่ง การตรวจสุขภาพด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง บริการรักษาพยาบาลเฉพาะทางที่ต้องใช้ความชำนาญและเทคโนโลยีขั้นสูง ได้แก่ การผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่าและสะโพก/ การผ่าตัดโรคหัวใจ/ การรักษาโรคมะเร็ง/ การรักษาผู้มีบุตรยาก/ Lasik/ การเปลี่ยนถ่ายอวัยวะ/ การดูแลผู้สูงอายุ/ การรักษารองรับเทคโนโลยีสมัยใหม่/ anti-aging

3.2.2) บริการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก ได้แก่ จัดบริการในโรงพยาบาลเฉพาะทาง แพทย์แผนไทย/คลินิกแพทย์แผนไทย และจัดบริการในโรงพยาบาลเฉพาะทางแพทย์ทางเลือก/คลินิกแพทย์ทางเลือก

3.2.3 บริการห้องปฏิบัติการ ได้แก่ บริการห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ตามมาตรฐานระดับประเทศ หรือเพื่อสนับสนุนการวินิจฉัยโรค การติดตามการรักษา งานวิจัย และงานด้านระบาดวิทยา โดยใช้เทคโนโลยีในระดับสูง บริการห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐานสากลสำหรับให้บริการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง (Specimen) รวมทั้งการรับรองคุณภาพวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย บริการห้องปฏิบัติการทางทันตกรรมแบบครบวงจร และบริการห้องปฏิบัติการที่ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพของยา

3.3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) ได้แก่

3.3.1 การจัดการศึกษาระดับปริญญาและหลังปริญญา (Professional and post graduate) ได้แก่ การจัดการศึกษาหลักสูตรนานาชาติในระดับปริญญาและหลังปริญญา (Undergraduate and Post graduate training)

3.3.2 การจัดการศึกษาระดับแรงงานมีฝีมือ (Skill labor) ได้แก่ การผลิตพนักงานผู้ให้บริการ (Therapist) การผลิตผู้ดูแลผู้สูงอายุ (Care worker) และการผลิตผู้ประกอบการโรคศิลปะสาขาการแพทย์แผนไทยและศาสตร์การแพทย์ทางเลือกใหม่

3.3.3 การจัดประชุมนานาชาติ (MICE) ได้แก่ การจัดประชุมวิชาการทางการแพทย์ระดับ World Congress ในประเทศไทย และการเข้าร่วมเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมงานประชุมวิชาการนานาชาติ (Bidding)

3.4 ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) ได้แก่ ยาแผนปัจจุบัน ยาสมุนไพรไทย เครื่องสำอาง อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์

ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569) ประกอบด้วย 7 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพระบบบริการสุขภาพของไทย ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ และเป็นไปตามกลไกของการค้าเสรี กำหนดเป้าหมายด้านสถานะขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยด้านการจัดบริการสุขภาพ อยู่ในอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน และอยู่ในอันดับ 1 ใน 10 ของโลก วัตถุประสงค์โดย World Economic Forum

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ 1 ดำเนินการภายใต้ 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบบริหารจัดการให้มีความพร้อม เพื่อสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ และกลยุทธ์ที่ 2 บริหารและขับเคลื่อนนโยบาย Medical Hub โดยไม่เกิดผลกระทบต่อระบบสุขภาพไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการบริการรักษาพยาบาล เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนบริการรักษาพยาบาลให้มีความเป็นเลิศ โดดเด่น มีมูลค่าเพิ่ม มีชื่อเสียง รวมทั้งมีคุณภาพ มาตรฐานนานาชาติ กำหนดเป้าหมายประกอบด้วย 1) ประเทศไทยมีสถานบริการสุขภาพที่ผ่านการรับประกันคุณภาพและมาตรฐานนานาชาติ สำหรับให้บริการแก่ชาวไทยและชาวต่างชาติมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียน และ 2) ประเทศไทยมีมาตรการระดับนโยบายที่เอื้อต่อการค้า การลงทุน และการจัดบริการสุขภาพ

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ 2 ดำเนินการภายใต้กลยุทธ์ส่งเสริมพัฒนาบริการรักษาพยาบาลสู่ระดับโลก (Western Medicine)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพมีความเป็นเลิศ โดดเด่น มีเอกลักษณ์ตาม ภูมิปัญญาไทย อัตลักษณ์ไทย มีมูลค่าเพิ่ม มีชื่อเสียง รวมทั้งมีคุณภาพมาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนด กำหนดเป้าหมายประเทศไทยมีสถานบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ผ่านการรับประกันคุณภาพและมาตรฐาน ตามกฎหมายหรือตามมาตรฐานสากลสำหรับให้บริการแก่ชาวไทยและชาวต่างชาติมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียน

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ 3 ดำเนินการภายใต้ 3 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสถานประกอบการและบุคลากรสู่ระดับโลก 2) กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนให้เป็นเมืองสปาและเส้นทางท่องเที่ยวสายน้ำพุร้อนของไทย และ 3) กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการรายย่อย รองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนบริการรักษาพยาบาลด้านการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกให้มีความเป็นเลิศ โดดเด่น มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ตามภูมิปัญญาไทย วิถีชีวิต มีมูลค่าเพิ่ม มีชื่อเสียง ในระดับโลก กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานเพื่อ 1) พัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกให้มีคุณภาพมาตรฐานสู่ระดับโลกและมีผลงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์รองรับ และ 2) ประเทศไทยมีสถานบริการสุขภาพที่ให้บริการด้านการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกที่ผ่านการรับประกันคุณภาพและมาตรฐานจนสามารถเป็นบริการรักษาพยาบาลหลักของประเทศ

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ 4 ดำเนินการภายใต้กลยุทธ์ส่งเสริมพัฒนาสถานบริการสุขภาพที่ให้บริการทางด้านการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกสู่ระดับโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาการวิชาการและงานวิจัยทางการแพทย์ (Academic Hub) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาและส่งเสริมให้สถาบันการศึกษามีความเป็นเลิศทางด้านวิชาการในระดับนานาชาติ 2) สนับสนุนให้มีการผลิตแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ รวมทั้งบุคลากรในธุรกิจบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ให้เพียงพอและตรงกับความต้องการของประเทศ รวมทั้งมีคุณภาพมาตรฐานตามที่สภาวิชาชีพกำหนด 3) สนับสนุนให้มีการบูรณาการร่วมกันระหว่างสภาวิชาชีพ และ 4) ส่งเสริม สนับสนุน องค์กร/สมาคม/ ราชวิทยาลัย สภาวิชาชีพและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีความพร้อมในการจัดประชุมวิชาการทางการแพทย์ระดับนานาชาติในประเทศไทย กำหนดเป้าหมาย 3 เป้าหมาย คือ 1) สัดส่วนการกระจายของบุคลากรทางการแพทย์ให้มีความเหมาะสมต่อจำนวนประชากร 2) ประเทศไทยเป็นผู้นำ ด้านการศึกษาทางการแพทย์และศาสตร์ด้านบริการเพื่อสุขภาพอื่นๆ ในระดับโลก และ 3) ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุมและการจัดนิทรรศการทางการแพทย์ระดับนานาชาติ

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ 5 ดำเนินการภายใต้ 3 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถ และพัฒนาศักยภาพของสถาบันการศึกษาทางการแพทย์ 2) กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพ/เพิ่มการผลิตบุคลากรทางการแพทย์ และ 3) กลยุทธ์ที่ 3 ยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการทางการแพทย์ระดับนานาชาติ (MICE)

ยุทธศาสตร์ที่ 6 พัฒนาระบบและผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนยาแผนปัจจุบัน ยาสมุนไพรไทย และผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความเป็นเลิศ โดดเด่น จากทรัพยากรธรรมชาติตามภูมิปัญญาไทย มีมูลค่าเพิ่ม มีชื่อเสียง รวมทั้งมีคุณภาพ มาตรฐานนานาชาติ กำหนดเป้าหมายประเทศไทยมียาและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการขึ้นทะเบียนตำรับยา การรับประกันคุณภาพ และมาตรฐานนานาชาติสำหรับให้บริการแก่ชาวไทย และชาวต่างชาติ และมีศักยภาพในการจัดจำหน่ายไปยังทั่วโลก

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ 6 ดำเนินการภายใต้ 4 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมพัฒนา ยาสมุนไพรไทยสู่ระดับสากล 2) กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมพัฒนา ยาแผนปัจจุบันสู่ระดับสากล 3) กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ และ 4) กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมผู้ผลิต เครื่องสำอาง

ยุทธศาสตร์ที่ 7 ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจสุขภาพแก่ กลุ่มเป้าหมายหลัก ด้วยเครื่องมือหรือวิธีการสมัยใหม่ และเพื่อสร้างความมั่นใจความตระหนัก ให้แก่ ชาวต่างชาติ จนตัดสินใจเข้ามาใช้บริการสุขภาพและ/หรือบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กำหนดเป้าหมาย ประเทศไทยมีผู้รับบริการสุขภาพจากกลุ่มตลาดหลักและตลาดรองตามเป้าหมายที่กำหนด

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ 7 ดำเนินการภายใต้ 4 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ที่ 1 ทำการตลาดและ ประชาสัมพันธ์ในลักษณะ Thailand Branding เพื่อรักษาตำแหน่งที่หนึ่งของโลก 2) กลยุทธ์ที่ 2 ทำการตลาด และประชาสัมพันธ์ในประเทศ 3) กลยุทธ์ที่ 3 ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ และ 4) กลยุทธ์ที่ 4 ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่าน Agent/ Broker

การประเมินผล

การดำเนินการด้านการประเมินผลการดำเนินงานของยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็น ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569) ได้กำหนดตัวชี้วัด มีรายละเอียด ดังนี้

1. ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์

1.1 ร้อยละของรายได้จากการให้บริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากฐานเดิม ร้อยละ... ปี (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ของ GDP)

1.2 อันดับของขีดความสามารถของประเทศไทยในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ จัดโดย World Economic Forum อยู่ในอันดับ 1 ใน 10

1.3 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับเป็นที่ 1 ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกจากนิตยสาร/ องค์กรชั้นนำระดับโลก

2. ตัวชี้วัดระดับผลลัพธ์

ประเทศไทยมีจำนวนสถานพยาบาลทั้งภาครัฐและภาคเอกชนผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน นานาชาติ ในจังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำ ร้อยละ 100

3. การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ของประเทศไทย²⁰

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์และธุรกิจเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพเติบโตขึ้นสูงมาก เนื่องจากกระแสการตื่นตัวของประชากรโลกที่ให้ความสนใจและพยายามแสวงหาการดูแลรักษาที่ดีกว่า เร็วกว่า ถูกกว่า ประกอบกับการเดินทางไปในที่ต่าง ๆ มีความสะดวกสบายมากขึ้น รวมทั้งการติดต่อประสานงานและการประชาสัมพันธ์ผ่านการใช้ Internet มีความสะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้เศรษฐกิจเชิงสุขภาพ (Wellness Economy) มีแนวโน้มเติบโตโดยเฉพาะตลาดการท่องเที่ยวแบบ Wellness Tourism โดยในปี 2559 พบว่าตลาด Wellness Tourism ของโลกมีมูลค่าประมาณ 569.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีแนวโน้มได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในประเทศแถบเอเชียแปซิฟิก จึงถือเป็นโอกาสที่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคจะสามารถสร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ จากธุรกิจการดูแลสุขภาพ รวมถึงธุรกิจและบริการที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ในหลายๆ ประเทศจึงพยายามผลักดันให้ตนเอง เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) โดยการสร้างจุดเด่นและตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ที่แตกต่างกันเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการให้เข้ามาในประเทศของตน โดยมีประเทศสำคัญในภูมิภาคที่มีศักยภาพในการแข่งขันและประกาศจะเป็น Medical Hub of Asia อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้ อินเดียและประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย ภาครัฐเริ่มปูทางสู่การเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพนานาชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 โดยจัดทำเป็นยุทธศาสตร์ของประเทศ ซึ่งมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับโรงพยาบาลชั้นนำของรัฐบาลและเอกชนที่ถือเป็นปัจจัยสำคัญของแผนงานก็ได้พัฒนาและเตรียมความพร้อมทั้งจำนวนสถานเทคโนโลยี บุคลากรและการประชาสัมพันธ์ เพื่อรองรับความต้องการใช้บริการทางการแพทย์ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น

กระทรวงสาธารณสุขได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน โดยแบ่งออกเป็น 4 ผลผลิตหลัก คือ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) ซึ่งยุทธศาสตร์นี้ตั้งเป้าภายในระยะเวลา 10 ปี (พ.ศ. 2559 - 2568) โดยปัจจัยหลักที่ทำให้ประเทศไทยได้รับการยอมรับ ได้แก่ ราคาเหมาะสม การให้บริการมีคุณภาพที่ได้มาตรฐานสากล มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง มีเทคโนโลยีทันสมัยมีการต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีสถานที่ท่องเที่ยวอันสวยงาม อีกทั้งคณะกรรมการอำนวยการ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ยังได้เตรียมพร้อมอำนวยความสะดวกขยายระยะเวลาพำนักในประเทศไทย ทั้งในกลุ่มพักได้ไม่เกิน 90 วัน และกลุ่มพำนักระยะยาว Long Stay Visa อีกด้วย²¹

ทั้งนี้ จากการรายงานสรุปผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 กรมสนับสนุนบริการสุขภาพได้ดำเนินงาน

²⁰ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2561). รายงานสรุปผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ Medical Hub ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562 จาก

https://www.gsb.or.th/getattachment/54bb1785-2451-4fc4-b866-4eb83da6dd4c/5IN_hotissue_Medicalhub_detail.aspx

²¹ S-CURVE Hub. กางแผนดันไทย Medical Hub Service แห่ง Asean เพื่อพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562 จาก <https://scurvehub.com/article/detail/83>.

ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569) โดยมีผลการดำเนินงานภายใต้โครงการสำคัญ (Flagship) ในระยะเร่งด่วน (Quick Win) ดังนี้

ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) ประกอบด้วย

1) การส่งเสริมพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชนและคลินิกได้รับการรับรองมาตรฐาน HA (Hospital Accreditation) จำนวน 1,382 แห่ง และมาตรฐานระดับสากล JCI (Joint Commission International) รวม 64 แห่ง ทั่วประเทศ (ข้อมูลเดือนกันยายน พ.ศ. 2561) ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน

2) การพัฒนาระบบประกันอุบัติเหตุสำหรับชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย (Accident Fee) โดยมีแนวคิดให้มีการทำประกันอุบัติเหตุสำหรับชาวต่างชาติในลักษณะสภาพบังคับ (Compulsory) เพื่อให้ความคุ้มครองสร้างหลักประกันความมั่นคงของชีวิต โดยมอบหมายให้คณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) ดำเนินการต่อไป

3) การจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการพัฒนาศูนย์ข้อมูลสารสนเทศรองรับนโยบายศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ โดยมีแนวทางดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลที่มีอยู่เดิมตามภารกิจของแต่ละหน่วยงานในรูปแบบฐานข้อมูลและรายงานสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจสุขภาพ รวมทั้งพัฒนาการเชื่อมโยงเป็นระบบ Real Time ต่อไป ขณะนี้อยู่ระหว่างการพัฒนาข้อมูลสถานพยาบาลและสถานประกอบการเพื่อสุขภาพเป็นการภายใน

4) การพัฒนาบริการสุขภาพในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เป็นการจัดตั้งพื้นที่เพื่อพัฒนาบริการทางการแพทย์ระดับสูงในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ที่มีความเป็นไปได้และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศ ส่งผลกระทบต่อระบบบริการสุขภาพของชาวไทย โดยคณะกรรมการประสานการลงทุนในเขตส่งเสริมเศรษฐกิจภาคตะวันออก ได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานประสานการลงทุนฯ จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ 1) กลุ่มเทคโนโลยีชีวภาพ/แปรรูปอาหาร/ไบโออีโคโนมี 2) กลุ่มยานยนต์สมัยใหม่ 3) กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ 3) กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ/หุ่นยนต์/ระบบอัตโนมัติ/ดิจิทัล 4) กลุ่มการบินและโลจิสติกส์ 5) กลุ่มการแพทย์และสุขภาพ 6) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พร้อมทั้งมีการบูรณาการทำงานร่วมกันในการขับเคลื่อนแนวทางการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ

5) การขยายระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักรไทยเพื่อการรักษาพยาบาล 90 วัน (เพิ่มเติม) ในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สวีเดน เดนมาร์ก และนอร์เวย์ สำหรับผู้ป่วยและผู้ติดตามรวม 4 ราย เนื่องจากเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูง ไม่มีปัญหาด้านความมั่นคง และนิยมเดินทางมาเข้ารับบริการรักษาพยาบาลในประเทศไทย ซึ่งคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) เห็นชอบในหลักการ ขณะนี้อยู่ระหว่างการร้องขอข้อมูลเพิ่มเติมจากสถานเอกอัครราชทูตก่อนเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรี

6) การขยายระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักรไทยเพื่อการพำนักระยะยาว 10 ปี (Long stay: Non-immigrant Visa O-X) ในกลุ่มประเทศเป้าหมายเพิ่มเติม ประกอบด้วย สาธารณรัฐเกาหลี ราชอาณาจักรเบลเยียม สาธารณรัฐออสเตรีย และนิวซีแลนด์ ซึ่งคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) เห็นชอบในหลักการ ขณะนี้อยู่ในระหว่างการร้องขอข้อมูลเพิ่มเติมจากสถานเอกอัครราชทูตก่อนเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรี

7) การปรับปรุงหลักเกณฑ์การขอรับการตรวจลงตรา/ การขออยู่ต่อในราชอาณาจักรประเภทคนอยู่ชั่วคราว สำหรับกรณีใช้ชีวิตบั้นปลาย 1 ปี (Non-immigrant Visa O-A) เพื่อดำเนินการแก้ไขปรับปรุง

หลักเกณฑ์การอนุญาตให้คนต่างด้าวอยู่ในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราวกรณีใช้ชีวิตชั้นปลาย (Long Stay 1 ปี) สำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีอายุ 50 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ซึ่งในปัจจุบันยังไม่ได้กำหนดคุณสมบัติให้ชาวต่างชาติ กลุ่มนี้มีการประกันสุขภาพ เนื่องด้วยผู้สูงอายุชาวต่างชาติในกลุ่มนี้ มีโอกาสที่จะประสบปัญหาด้านสุขภาพ/เจ็บป่วยจากโรคประจำตัว ทำให้เกิดผลกระทบและเป็นภาระต่อสถานพยาบาลของไทย ซึ่งจะต้องหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีการแก้ไขกฎหมายต่อไป

8) การจัดทำแพคเกจพิเศษด้านสุขภาพรองรับบริการชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยดำเนินการร่วมกับโรงพยาบาลเอกชนทั่วประเทศ สมาคมสปาไทย และสมาพันธ์สปาไทย เพื่อจัดทำรูปแบบแพคเกจพร้อมโปรแกรมสปาพิเศษ มีโรงพยาบาลเอกชนเข้าร่วม จำนวน 46 แห่ง และสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จำนวน 15 แห่ง ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้บรรจุแพคเกจดังกล่าวลงในปฏิทินท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน ประจำปี พ.ศ. 2561 และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ลงในเว็บไซต์ของกระทรวงฯ

9) การบริการของศูนย์ข้อมูลสุขภาพ (Counter Service) ในรูปแบบ Health Information Center เพื่อผลักดันให้เป็นศูนย์ One Stop Service กลาง ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ตั้งอยู่ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และดอนเมือง โดยมีภารกิจ ดังนี้ 1) ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการขับเคลื่อนนโยบาย (Medical Hub) ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ภาคเอกชน และหน่วยงานอื่นๆ 2) อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย หรือเดินทางออกไปปฏิบัติราชการต่างประเทศ (Liaison) 4) ให้บริการข้อมูลการรักษาพยาบาล บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ หรือภารกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ

10) การพัฒนารหัส TSIC (รหัสธุรกิจ) รองรับนโยบาย Medical Hub โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ บูรณาการทำงานร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และกระทรวงพาณิชย์ โดยมีแนวทางนำรหัสธุรกิจ (TSIC) ที่เป็นมาตรฐานสากลมาเป็นตัวกำหนดในการจัดเก็บข้อมูล ซึ่งได้ประสานข้อมูลรหัสธุรกิจ (TSIC) หมวดกลุ่มรหัสธุรกิจด้านสุขภาพฉบับล่าสุดจากกระทรวงพาณิชย์ และติดตามความคืบหน้าจากอนุกรรมการพิจารณาแก้ไขร่างนิยามอาชีพและอุตสาหกรรมสาขาการสาธารณสุขและด้านสุขภาพ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

11) การส่งเสริมการลงทุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ตามนโยบายส่งเสริมการลงทุนด้านการบริการทางการแพทย์ ใน 4 กิจกรรม ได้แก่ (1) กิจกรรมบริการสาธารณสุขด้านแพทย์แผนไทย (2) กิจกรรมศูนย์การแพทย์เฉพาะทาง (3) กิจกรรมสถานพยาบาล และ (4) กิจกรรมบริการขนส่งผู้ป่วย แพทย์ หรืออุปกรณ์การแพทย์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลงทุนและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านบริการทางการแพทย์ครบวงจร และบริการทางการแพทย์ที่ทันสมัย สอดรับกับแนวนโยบายตามแผนยุทธศาสตร์ฯ Medical Hub ซึ่งได้นำเสนอประเด็นการขับเคลื่อนและส่งเสริมการลงทุนในการประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และได้้นำเรียนปลัดกระทรวงสาธารณสุขเพื่อพิจารณาเรียบร้อยแล้ว

12) การพัฒนาศูนย์ประสานงานกลาง (Claim Center) ในการจัดเก็บค่ารักษาพยาบาลชาวต่างชาติ สำหรับสถานพยาบาลภาครัฐนำร่องในจังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำ ได้แก่ เชียงใหม่ ชลบุรี ภูเก็ต พังงาและสุราษฎร์ธานี โดยได้จัดทำเป็นคู่มือปฏิบัติงาน (Work Flow) ภายในศูนย์ประสานงานกลางของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

เพื่อให้บริการแก่สถานพยาบาลในการติดต่อประสานงานสถานเอกอัครราชทูตในกรณีชาวต่างชาติค้างชำระค่ารักษาพยาบาล และให้ความรู้ในการเคลมประกันสุขภาพ โดยมีเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ชั้น 5 กรมสนับสนุนบริการสุขภาพให้บริการในเวลาราชการ หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ 02-1937014 และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานดอนเมือง ให้บริการทั้งในและนอกเวลาราชการ หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ 02-1937999 ซึ่งเปิดให้บริการอย่างไม่เป็นทางการตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2561 และเตรียมการขยายผลการดำเนินงานไปยังสถานพยาบาลภาครัฐทั่วประเทศ

ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ประกอบด้วย

1) ข้อมูลสถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตามพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 ซึ่งปัจจุบันมีสถานประกอบการผ่านการรับรองฯ ทั่วประเทศจำนวน 5,484 แห่ง แยกเป็นประเภท ได้แก่ (1) กิจการสปา จำนวน 879 แห่ง (2) กิจการนวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 4,305 แห่ง และ (3) กิจการนวดเพื่อเสริมความงาม จำนวน 300 แห่ง (ข้อมูลจากกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ณ วันที่ 30 กันยายน 2561)

2) การพัฒนา Healthy Home Stay โดยมีแนวคิดในการพัฒนาและยกระดับ Home Stay ที่ได้รับมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยวให้มีการจัดบริการที่นำไปสู่การมีสุขภาพดีของผู้มารับบริการ เพื่อยกระดับพื้นที่ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่สากล โดยเน้นเรื่องความสะดวกและปลอดภัยร่วมกับคณะผู้ตรวจประเมินของกรมการท่องเที่ยว ซึ่งที่ผ่านมาได้ลงพื้นที่ตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ร่วมกับกรมการท่องเที่ยว ใน 3 เส้นทาง ได้แก่ (1) สงขลา-พัทลุง-ปัตตานี (2) ขอนแก่น-ร้อยเอ็ด และ (3) เลย-หนองคาย

3) การประกาศให้อาชีพนวดไทยเป็นอาชีพสงวนสำหรับคนไทย โดยเพิ่มเติมบทบัญญัติในกฎหมายลำดับรองที่เกี่ยวข้องให้อาชีพนวดไทยเป็นอาชีพสงวนห้ามมิให้ชาวต่างชาติทำในราชอาณาจักร ซึ่งกรมการจัดหางานได้ยกร่างประกาศกระทรวงแรงงาน เรื่องกำหนดงานที่ห้ามไม่ให้คนต่างด้าวทำ และได้บรรจุอาชีพนวดไทยเป็นงานห้ามในร่างประกาศดังกล่าว คำนิยามและขอบเขตของอาชีพนวดไทยรองรับการจัดทำร่างกฎหมาย ขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณารับรอง ดังกล่าว จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีความครอบคลุมและครบถ้วนก่อนเสนอกระทรวง

4) การพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนมุ่งสู่เมืองสปาและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบครบวงจรนำร่องจังหวัดกระบี่ โดยบูรณาการทำงานร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยใช้กรอบแนวคิดการจัดตั้งเมืองสปาน้ำพุร้อน (Hot Spring Spa Town) ที่ทางหน่วยงาน SMEs จัดทำขึ้น เสนอโมเดลพัฒนาคลองท่อมเมืองสปาน้ำพุร้อนต่อคณะอนุกรรมการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการการท่องเที่ยวและคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ มีการจัดทำโครงการสำคัญในระยะเร่งด่วนเพื่อพัฒนาอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ มอบหมายให้คณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) ขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

5) การพัฒนา Wellness City แบบครบวงจร นำร่องในจังหวัดปราจีนบุรี โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับจังหวัดเพื่อร่วมกันพัฒนา Wellness City ซึ่งทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นแกนกลางในการประสานงานการพัฒนา Wellness City ซึ่งได้มีการเปิดศูนย์การเรียนรู้สมุนไพรและภูมิปัญญาพื้นบ้าน ภูมิอภัยภูเบศร เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2561 เพื่อเป้าหมายในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการฝึกอบรมด้านสุขภาพให้กับประชาชนและผู้ประกอบการ

6) การยกระดับบริการนวดไทยให้ผ่านการรับรองจาก UNESCO ซึ่งได้รับแจ้งจากเลขานุการอนุสัญญาว่าด้วยการสงวนรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เมื่อวันที่ 16 เมษายน พ.ศ. 2561 ยืนยันนำเรื่องนวดไทยเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมการระหว่างรัฐบาล เพื่อการสงวนรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติในรอบปี พ.ศ. 2562 โดยดำเนินการจัดทำเอกสารที่เกี่ยวข้องให้เป็นปัจจุบัน และได้จัดทำหนังสือแสดงความเห็นชอบให้นำเสนอนวดไทย เพื่อขึ้นทะเบียนจารึกฉบับภาษาอังกฤษส่งให้ฝ่ายเลขานุการอนุสัญญาฯ เรียบร้อยแล้ว ซึ่งกรมสนับสนุนบริการสุขภาพและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้พิจารณากิจกรรมนวดไทยไปจัดในทุกเทศกาล/กิจกรรม สร้างกระแสพร้อมทั้งประสานสมาคมแพทย์แผนไทยในการนำข้อมูลกิจกรรมนวดไทยที่ดำเนินการย้อนหลังมาเพื่อเป็นรายละเอียดข้อมูลในการจัดทำข้อมูลเสนอ UNESCO ต่อไป

ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) ประกอบด้วย

1) การพัฒนางานรองรับการเคลื่อนย้ายของบุคคลธรรมดาผู้ประกอบการวิชาชีพสาขาบริการสุขภาพ ภายใต้กรอบการค้าบริการอาเซียน (MRAs) โดยมีแนวทางการพัฒนาศักยภาพการคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพจากการเคลื่อนย้ายของบุคคลธรรมดาสาขาบริการสุขภาพ ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์และพยาบาล ภายใต้ความตกลงการยอมรับคุณสมบัติร่วมของประชาคมอาเซียน โดยได้จัดทำเป็นยุทธศาสตร์รองรับการเคลื่อนย้ายของผู้ประกอบวิชาชีพสาขาแพทย์ ทันตแพทย์ และพยาบาล ตามความตกลงการยอมรับคุณสมบัติร่วมของบุคคลธรรมดา (MRAs) ภายใต้กรอบการค้าบริการสุขภาพอาเซียน ปี พ.ศ. 2561 - 2565 ซึ่งรองปลัดกระทรวงสาธารณสุข เห็นชอบและลงนาม เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 และได้ประกาศใช้เป็นกรอบแนวทางดำเนินงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งพิจารณางบประมาณภายในเพื่อทำแผนปฏิบัติการรองรับสู่ประชาคมอาเซียน พร้อมทั้งมีการพัฒนาและบริหารจัดการเว็บไซต์บริการสุขภาพอาเซียน (Asean Healthcare Services Website) และกรอบแนวทาง e - Healthcare Services และ Health Tourism เพื่อเสนอในประเทศสมาคมอาเซียนในการประชุมคณะกรรมการประสานงานด้านบริการอาเซียน (CCS) ครั้งต่อไป

2) การพัฒนาหลักสูตรวิทยาศาสตร์สุขภาพระดับนานาชาติ (ระดับปริญญาตรี: Undergraduate, ระดับหลังปริญญา: Postgraduate และหลักสูตรระยะสั้น : Short course Training) โดยมีแนวทางการพัฒนาศูนย์บริการสุขภาพเริ่มต้นที่หลักสูตรแพทยศาสตร์ เพื่อยกระดับมาตรฐานการจัดการเรียนการสอนวิชาแพทย์ในระดับก่อนปริญญาให้เทียบเท่านานาชาติ สร้างศักยภาพการแข่งขันของประเทศไทย รวมทั้งเตรียมความพร้อมในการรองรับการเจรจาการค้าเสรีในระดับต่างๆ ซึ่งได้จัดทำฐานข้อมูลหลักสูตรนานาชาติที่มีอยู่ในประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกระทรวงการต่างประเทศให้กับชาวต่างชาติที่สนใจและมีคุณสมบัติเหมาะสมตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด รวมทั้งเตรียมการประสานงานเกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ license/ ตำแหน่งงาน/ Career Part เมื่อต้องกลับไปทำงานในต่างประเทศกับสภาวิชาชีพ

3) การพัฒนาหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตประกอบวิชาชีพชั่วคราว (Temporary license) โดยพิจารณาความเป็นไปได้ในการกำหนดแนวปฏิบัติ/ระเบียบที่อนุญาตให้แพทย์ชาวต่างชาติสามารถเข้ามาสอนในสถาบันการศึกษา/โรงพยาบาลของภาครัฐและแบ่งช่วงเวลาไปสอนหรือปฏิบัติงานในภาคเอกชน และให้โอกาส Practice ในไทยได้ไม่เกิน 1 ปี ทั้งนี้ในส่วนของระเบียบ/วิธีการที่จะให้ผู้ที่จบการศึกษาจากต่างประเทศเข้ามาประกอบวิชาชีพทางการแพทย์ในประเทศไทยได้ ขึ้นอยู่กับสภาวิชาชีพต่างๆ เช่น แพทยสภา ทันตแพทยสภา สภาเภสัชกรรม สภาการพยาบาล ที่จะเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการออกใบอนุญาตประกอบวิชาชีพแก่แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาล ที่ประกอบวิชาชีพในประเทศไทย ซึ่งแพทยสภาได้พิจารณาแนวทางการออกใบอนุญาตประกอบวิชาชีพเวชกรรมชั่วคราว (Temporary License) สำหรับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่สำเร็จการศึกษาด้านวิชาชีพทางการแพทย์จากต่างประเทศ ภายใต้พระราชบัญญัติวิชาชีพเวชกรรม พ.ศ. 2525 ทั้งนี้ อยู่ระหว่างการพิจารณาปรับปรุงกฎ/ระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการออกใบอนุญาตดังกล่าว

4) การพัฒนาระบบการศึกษาต่อแพทย์เฉพาะทางโดยให้ภาคเอกชนร่วมเป็นต้นสังกัด (Affiliated Private Training) ตามที่โรงพยาบาลเอกชนประสงค์จะขอรับเป็นต้นสังกัดและขอโควต้าให้แก่บุคลากรทางการแพทย์ของตนเอง เพื่อเข้ารับการศึกษาด้านหลังปริญญา (Postgraduate) จากเดิมที่ไม่สามารถรับเป็นหน่วยงานต้นสังกัดได้ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรและแก้ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรของภาคเอกชน การพัฒนาระบบการเรียนการสอนโดยภาคเอกชน (Affiliated Private Training) โดยการผลักดันให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอนร่วมกับภาครัฐ ซึ่งจะสามารถเป็นช่องทางในการใช้ศักยภาพของโรงพยาบาลเอกชนและผู้เชี่ยวชาญในภาคเอกชน ซึ่งเป็นผู้มีความสามารถทางการแพทย์และเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ในลักษณะ Affiliate

5) การพัฒนาระบบการให้ทุนการศึกษาแพทย์กลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม) ที่เข้ามาศึกษาทางการแพทย์หรือวิทยาศาสตร์สุขภาพในประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของประเทศไทยในการก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้าน Academic Hub ในภูมิภาคอาเซียน ให้บุคคลเหล่านี้นำความรู้กลับไปพัฒนาระบบสุขภาพของประเทศตนเองให้มีคุณภาพมาตรฐาน สร้างเครือข่ายการพัฒนาระบบสุขภาพร่วมกัน เพื่อสร้าง Brand Loyalty ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลการจัดสรรทุนแก่นักศึกษากลุ่มประเทศ CLMV จากสถาบันการศึกษาของประเทศไทย และประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับกระทรวงการต่างประเทศและสถานเอกอัครราชทูตต่างประเทศในประเทศไทย (กลุ่มประเทศ CLMV) แล้ว

6) การพัฒนา Research Center ในประเทศไทยแบบครบวงจร รองรับการเป็นศูนย์กลางบริการวิชาการ (Academic Hub) โดยบูรณาการทำงานร่วมกับศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และเครือข่าย เอกชน มหาวิทยาลัย และ Thailand Towards Excellence in Clinical Trials (ThaiTECH) โดยมีการแบ่ง Segment ของอุตสาหกรรมใหม่ที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตาม Roadmap ซึ่งศูนย์ Research Center ต้นแบบ จะช่วยลดความล่าช้าและเพิ่มประสิทธิภาพการทำวิจัยคลินิก โดยเชื่อมโยงการบริหารจัดการ การกำกับดูแล การให้บริการทางกฎหมาย สร้างขีดความสามารถในการเพิ่มหน่วยงานวิจัยคลินิก นักวิจัย นักวิทยาศาสตร์ บุคลากรห้องปฏิบัติการ หน่วยงานกำกับดูแลด้านยาและ EC ให้ได้มาตรฐาน มีประสิทธิภาพ สร้างฐานข้อมูลแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ป่วย เพื่อการวิจัยทางคลินิกในประเทศที่ทันสมัย จัดเก็บตามมาตรฐาน ทำให้การขึ้นทะเบียนการวิจัยทางคลินิกของไทย (Thai Clinical Trial Registry-TCTR) ได้รับการยอมรับในต่างประเทศ ทั้งนี้หากเป็นการ

จัดตั้งศูนย์ฯ ขึ้นใหม่ อาจเป็นไปได้ใน 4 รูปแบบ คือ 1) บริษัทเอกชน 2) หน่วยงานภายใต้กระทรวง 3) มูลนิธิ และ 4) หน่วยงานภายใต้เครือข่ายมหาวิทยาลัย

7) การเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมวิชาการทางการแพทย์ระดับนานาชาติ (Medical MICE) ตามที่ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2556 เพื่อร่วมกันดำเนินการในด้านการส่งเสริม สนับสนุนให้มีการจัดประชุมวิชาการระดับนานาชาติ การถ่ายทอดองค์ความรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการและการจัดนิทรรศการทางการแพทย์นานาชาติอย่างยั่งยืน โดยได้เตรียมการจัดทำคู่มือการจัดประชุมวิชาการนานาชาติทางการแพทย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แจงแนวทางการสนับสนุนการจัดประชุมวิชาการนานาชาติของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพและสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมวิชาการและการจัดนิทรรศการทางการแพทย์ระดับนานาชาติ (Medical MICE) เพื่อให้ทราบแนวทางการเข้าร่วมการประมูลสิทธิ์ในการเป็นเจ้าของการจัดประชุมนานาชาติ หรือกรณีต้องการริเริ่มจัดการประชุมระดับนานาชาติ รวมทั้งส่งเสริมให้ราชวิทยาลัย/สมาคม/สถาบันการศึกษา/สภาวิชาชีพ ให้เป็นสมาชิก World Congress ระดับนานาชาติ มากยิ่งขึ้น

ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) ประกอบด้วย

การพัฒนา Product Outlet จำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพในประเทศและต่างประเทศตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569) และแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560 - 2564 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างความเข้มแข็งของการบริหารและนโยบายของภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนสมุนไพรอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางการดำเนินการ 1) พัฒนา Outlet ที่มีอยู่เดิมหรือจุดที่รัฐบาลให้ส่งเสริม 2) จัดตั้ง Shop ใน Modern Trade และสนามบิน (Duty Free) โดยมุ่งเน้นในเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรองที่ชาวต่างชาติให้ความนิยม โดยใช้จ่ายสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผลิตจาก Product Champion เช่น กระจ่างดำ ขมิ้นชัน บัวบก และไพล ที่ได้คุณภาพมาตรฐานการผลิตจากโรงงานที่ผ่าน GMP และสินค้า OTOP โดยมีรูปแบบจัดตั้ง Product Outlet ในประเทศไทย ในรูปแบบของ Branding Shop พร้อมทั้งพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพมาวางจำหน่ายร่วมกับโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร กระทรวงพาณิชย์ กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สมาคมผู้ค้าปลีกไทย และสมาคมศูนย์การค้าไทย พร้อมทั้งได้มีการประชุมเพื่อ Business Matching ระหว่างผู้ประกอบการไทย ได้แก่ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรกับ Agent ทั้งนี้ได้เตรียมการพัฒนา Business Model กับผู้ประกอบการฝ่ายไทยที่มีความพร้อม ส่งเสริมให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ของ EU เพื่อไปวางจำหน่ายในต่างประเทศ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ILLUM

ในการประชุมคณะกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub) ครั้งที่ 1/2560 วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ณ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ซึ่งได้รายงานผลการดำเนินการโครงการสำคัญที่ดำเนินการตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ถึงปัจจุบัน (ต่อเนื่อง) ประกอบด้วย²²

²² ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub).(2560). เอกสารประกอบการประชุมคณะกรรมการอำนวยการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub) ครั้งที่ 1/2560. (21 ธันวาคม 2560). กรุงเทพฯ: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ.

- การพัฒนาระบบประกันอุบัติเหตุสำหรับชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย (Personal Accident Fee)
- การส่งเสริมพัฒนาระบบบริการสุขภาพให้ผ่านมาตรฐาน HA และ JCI ในจังหวัดท่องเที่ยวและเมืองท่องเที่ยวพลาด

โครงการใหม่ที่จะเริ่มดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ได้แก่

- การจัดการทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- การพัฒนาบริการสุขภาพในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
- การพัฒนาระบบเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลตรง (Reimbursement) จากรัฐบาลในต่างประเทศ รวมทั้งการเบิกจ่ายจากหลักประกันสุขภาพภาคเอกชน
- การขยายระยะเวลาในราชอาณาจักรไทย รวม 90 วัน สำหรับผู้ป่วยและผู้ติดตาม (เพิ่มเติม) สำหรับประเทศญี่ปุ่น กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนบังคลาเทศ
- การขยายระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักรไทยสำหรับกลุ่มพำนักระยะยาว (Long Stay Visa) (เพิ่มเติม) สำหรับสาธารณรัฐเกาหลี ราชอาณาจักรเบลเยียม สาธารณรัฐออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์
- การจัดทำศูนย์ล่ามในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำและการพัฒนาระบบการส่งต่อผู้ป่วย (Referral System) ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ
- การจัดทำแพคเกจพิเศษรองรับบริการชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

นอกจากนี้ ได้เพิ่มเติมองค์ประกอบในคณะอนุกรรมการฯ และแต่งตั้งคณะทำงานภายใต้คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub) รวมทั้งได้กำหนดหน่วยงานรับผิดชอบภารกิจ/กิจกรรม/โครงการสำคัญอื่นๆ หน่วยงานที่ประสงค์ให้ผลักดันในเชิงนโยบาย ได้แก่ (1) กรมการแพทย์ (2) กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (3) กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (4) กรมควบคุมโรค (5) กระทรวงการต่างประเทศ (6) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (7) กระทรวงพาณิชย์ (8) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ (9) หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

4. งาน MICE ด้าน Medical and Wellness²³

Deloitte ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาทางธุรกิจระดับโลก ได้คาดการณ์สถานการณ์ตลาดอุตสาหกรรม การแพทย์ของโลกในรายงาน 2018 Global Health Care Outlook ว่า อุตสาหกรรมการแพทย์ของโลกมีแนวโน้มจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากการประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการดูแลสุขภาพทั่วโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2560-2564 ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 4.1 จาก ร้อยละ 1.3 ในช่วงปี พ.ศ. 2555-2559

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายของรัฐบาลไทยในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมด้วย (1) ผลักดันสินค้า โภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม (2) เปลี่ยนการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ และ (3) เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical hub) จัดอยู่ในกลุ่ม New S-Curve ซึ่งเป็น

²³ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2561). Thailand's MICE Industry Report. กรุงเทพฯ: บริษัท พิมพ์ ดี จำกัด.

อุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต ประกอบด้วย การบริการทางการแพทย์ การแพทย์ทางไกลผ่าน ICT เพื่อการติดตาม รักษา วินิจฉัย และรักษา การผลิตเครื่องมือแพทย์ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ การผลิตยา ยาประเภทชีววัตถุต้นแบบ (Biologic) ชีววัตถุคล้ายคลึง (Biosimilar) และการผลิตยาสมุนไพร

ข้อมูลจากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ประมาณการมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมทางการแพทย์ของประเทศไทย ว่า มีมูลค่าตลาดกว่า 16 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 5.60 แสนล้านบาท อุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทยประกอบด้วย 3 อุตสาหกรรมย่อย ได้แก่ การให้บริการการแพทย์สมัยใหม่การวิจัยและผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ และการวิจัยยา-ผลิตเวชภัณฑ์ โดยมูลค่าส่วนใหญ่ของตลาดอุตสาหกรรมทางการแพทย์ของประเทศไทยจะอยู่ในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ และอุตสาหกรรมยา

กลุ่มนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Tourist & Medical Tourist) มีจำนวนรวมกันเกือบร้อยละ 70 ของตลาดผู้ป่วยต่างชาติทั้งหมด ข้อมูลจากการจัดอันดับของ Global Wellness Institute พบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยติดอันดับ 13 ของโลก สามารถสร้างรายได้มากกว่า 9.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่ The International Healthcare Research Center (IHRC) ระบุว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทยติดอันดับ 6 ของโลก โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ร้อยละ 38 ของจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด และตลาดมีแนวโน้มเติบโตราว ร้อยละ 14 ต่อปี โดยประมาณการว่า ประเทศไทยมีจำนวนผู้ป่วยต่างชาติ มากกว่า 4 ล้านคนตลอดปี พ.ศ. 2560

การบรรลุเป้าหมายสู่การเป็นศูนย์กลางการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทยต้องอาศัยกิจกรรมไม่ซ้ำเป็นตัวขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จประเทศไทยมีองค์ความรู้ในการให้บริการส่งเสริมสุขภาพ อาทิ นวดแผนไทยหรือสปาเพื่อสุขภาพ ตลอดจนมีวัตถุดิบทางธรรมชาติที่มีสรรพคุณในการป้องกันโรคหรือคงความอ่อนเยาว์ของผิวพรรณในแต่ละท้องถิ่นทั่วประเทศ ประเทศไทยจึงมีศักยภาพสูงในการแข่งขันกับต่างประเทศในการให้บริการส่งเสริมสุขภาพ

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์รูปแบบเดิม อาทิ การทำโฆษณาเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต อาจไม่สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เท่ากับการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition) ด้านบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากงานแสดงสินค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สนใจบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และขณะเดียวกันก็เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพในระดับนานาชาติ นอกจากนี้ ในการจัดการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Meetings & Incentives) สามารถสอดแทรกกิจกรรมให้บริการส่งเสริมสุขภาพเพื่อให้นักเดินทางไม่ซ้ำสามารถรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทยอย่างแท้จริง โดยนักเดินทางไม่ซ้ำ จะทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคล (Personal Media) ในการประชาสัมพันธ์บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทยให้เป็นที่รับรู้ในต่างประเทศ

การจัดกิจกรรมไม่ซ้ำที่รวบรวมอุตสาหกรรมรายสาขาไว้ในงานเดียวกัน โดยใช้ชื่อว่า “MEDICA” ซึ่งจัดขึ้นทุกปี ณ เมืองดึสเซิลดอร์ฟ (Düsseldorf) ประเทศเยอรมนี โดยบริษัท เมสเซ่ ดึสเซิลดอร์ฟ (Messe Düsseldorf) MEDICA ถือเป็นงานแสดงสินค้าและงานประชุมวิชาการที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่ได้รวบรวม 8 เวทีการประชุม (Forum) และ 6 งานประชุมวิชาการ (Conferences) ไว้ในงานเดียวกัน โดยมี 2 เวที

ซึ่งดึงดูดผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก อันได้แก่ MEDICA Econ Forum เป็นเวทีการประชุมที่นำเสนอผลกระทบทางเศรษฐกิจจากนโยบาย

ประเทศไทยจึงมีโอกาสเติบโตและพัฒนาเป็นศูนย์กลางการแพทย์ครบวงจรได้ ด้วยศักยภาพของอุตสาหกรรมการแพทย์ของประเทศไทยจึงทำให้เกิดการจัดงานแสดงสินค้า “เมดิคอลแฟร์ ไทยแลนด์ (Medical Fair Thailand)” ซึ่งจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยปี พ.ศ. 2561 ถือเป็นปีที่ 9 รูปแบบการจัดงานเมดิคอลแฟร์ ไทยแลนด์ จึงมีลักษณะเช่นเดียวกับงาน MEDICA ที่รวบรวมการจัดแสดงเครื่องมือแพทย์ บริการทางการแพทย์ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการวินิจฉัยโรค ไว้อย่างครบวงจรในงานเดียวกันแม้ขนาดการจัดงานจะเล็กกว่า แต่เมดิคอลแฟร์ไทยแลนด์ เป็นงานแสดงสินค้าที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง เห็นได้จากผลการจัดงานในปี พ.ศ. 2560 ที่มีผู้จัดแสดง (Exhibitor) เข้าร่วม 830 บริษัท จาก 66 ประเทศทั่วโลก และมีผู้เข้าชมงานจำนวน 9,026 คนจาก 65 ประเทศ โดยจำนวนผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 คิดเป็นร้อยละ 25 และพื้นที่จัดแสดงรวมประมาณ 15,000 ตารางเมตร เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 คิดเป็น ร้อยละ 30 จากการประเมินความพึงพอใจ พบว่า ผู้จัดแสดงมีความพึงพอใจคิดเป็น ร้อยละ 96 และระบุว่า ร้อยละ 60 ของผู้จัดแสดงได้ลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น นอกจากเหนือจากเมดิคอลแฟร์ ไทยแลนด์แล้ว งาน “Medical Device ASEAN (MDA)” เป็นงานแสดงสินค้าเครื่องมือแพทย์ที่ใหญ่และมีศักยภาพในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งได้รวบรวมนวัตกรรมและเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์จากกว่า 150 บริษัท ทั่วโลกมาจัดแสดงให้บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขซึ่งเป็นผู้ใช้งานโดยตรง และผู้จัดจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ที่มองหานวัตกรรมใหม่ ได้สัมผัสสินค้าโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ทั่วไป ห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ ศัลยกรรม ออร์โธปิดิกส์และเวชศาสตร์ฟื้นฟู เวชสารสนเทศศาสตร์ และรังสีวินิจฉัย นอกจากนี้ ยังมีการจัดประชุม MDA Congress จัดโดยราชวิทยาลัยแพทย์ออร์โธปิดิกส์แห่งประเทศไทยร่วมกับรังสีวิทยาสมาคมแห่งประเทศไทย และสมาคมเทคนิคการแพทย์แห่งประเทศไทย โดยงาน MDA Congress 2018 เน้นเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลกับอุตสาหกรรมแพทย์เป็นประเด็นหลักในการอภิปราย อย่างไรก็ตาม แม้ว่างาน Medical Device ASEAN (MDA) จะจัดขึ้นเป็นครั้งแรก แต่ก็ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างดี งานดังกล่าวมีผู้เยี่ยมชมรวม 3,639 คน จาก 31 ประเทศ มีบริษัทเข้าร่วมงานแสดงสินค้านับรวม 125 บริษัท

5. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อคุณภาพของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งพฤติกรรมการใช้บริการด้านสุขภาพ²⁴

การสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ และบริการด้านสุขภาพในประเทศไทยจำนวน 2,308 คน ในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ โดยทำการสำรวจ ณ สถานที่ให้บริการ เช่น โรงพยาบาล คลินิก ร้านสปา ร้านนวดแผนไทย เป็นต้น

ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยเพื่อท่องเที่ยวในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 87.3) ในขณะที่วัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้บริการทางการแพทย์มีเพียงร้อยละ 3.1 และใช้บริการด้านสุขภาพร้อยละ 1.2

กลุ่มที่ใช้บริการด้านการแพทย์ มีจำนวน 233 คน หรือร้อยละ 10.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 57.9 ต่อ ร้อยละ 42.1) มีอายุระหว่าง 55 - 64 ปีในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 21.0) เกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 49.8) สมรสแล้ว ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน

²⁴ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พฤษภาคม 2557

เอกชนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 32.3) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 61.7) และมีรายได้ต่อเดือนไม่สูงมาก อยู่ที่ 1,000 - 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ มากที่สุด (ร้อยละ 29.9)

กลุ่มตัวอย่างฯ มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 52.4) ทราบการให้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด (ร้อยละ 69.7) รองลงมา ทราบจากเว็บไซต์ของสถานพยาบาลและเว็บไซต์ด้านการแพทย์ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 26.2 เท่ากัน) โดยเหตุผลที่ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย ได้แก่ การแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 59.8) รองลงมา อัตราค่าบริการในประเทศไทยต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การให้บริการแบบเดียวกัน (ร้อยละ 34.8) ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 26.1) มาตรฐาน การให้บริการทางแพทย์ (ร้อยละ 25.0) ชื่อเสียงของแพทย์ในประเทศไทย (ร้อยละ 20.7) มีความสะดวกในการเดินทางเข้าประเทศ (ร้อยละ 8.7) ได้รับคำแนะนำจากแพทย์ในประเทศไทยของตนเอง (ร้อยละ 8.7) และได้รับ คำแนะนำจากที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/ตัวแทนด้านสุขภาพ (ร้อยละ 5.4)

กลุ่มตัวอย่างฯ ใช้บริการรักษาพยาบาลในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 61.4) รองลงมา ได้แก่ บริการ ตรวจสุขภาพ (ร้อยละ 38.2) และทันตกรรม (ร้อยละ 0.4)

กลุ่มตัวอย่างฯ ที่ตั้งใจมา ใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.4) ไม่ได้ติดต่อ ประสานงานกับสถานบริการทางการแพทย์/ตัวแทนสถานบริการทางการแพทย์ก่อนเดินทางมาใช้บริการ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 19.6) ที่มีการติดต่อล่วงหน้า โดยได้รับความสะดวกอยู่ในเกณฑ์ดี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 44.4) และอยู่ในการเกณฑ์ดีมาก (ร้อยละ 27.8)

กลุ่มตัวอย่างฯ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในเกณฑ์สูง ค่าเฉลี่ย 4.39 จากคะแนนเต็ม 5 โดยประเด็นที่อยู่ในเกณฑ์สูง เช่น ความคุ้มค่าของบริการทางการแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความรวดเร็วในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ชื่อเสียงของสถานพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 4.31) ผลการรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.30) เป็นต้น สำหรับประเด็นที่มีความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสารของบุคลากรทางการแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความสามารถของการสื่อสารของเจ้าหน้าที่อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

กลุ่มที่ใช้บริการด้านสุขภาพ มีจำนวน 2,158 คน หรือร้อยละ 93.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างใช้บริการนวดแผนไทยในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 77.9) รองลงมา ได้แก่ สปา/นวดแผนไทย (ร้อยละ 15.9) และสปา (ร้อยละ 6.2)

กลุ่มใช้บริการสปา มีจำนวน 477 คน หรือร้อยละ 20.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 58.9 ต่อร้อยละ 41.1) มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 45.5) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 50.3 เป็นโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 34.7) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 67.5) มีรายได้ต่อเดือนไม่สูงมากอยู่ที่ 1,000 - 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 40.8)

กลุ่มตัวอย่างฯ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 97.6) เคยรู้จักการให้บริการสปาในประเทศไทยก่อนเดินทาง มาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 56.0) รองลงมา ทราบจาก เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (ร้อยละ 35.4) ทั้งนี้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91.2) ไม่ถือว่าการใช้บริการสปาเป็นปัจจัยหลักในการเดินทางมาประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างฯ ใช้บริการสปาที่ตั้งอยู่ในสถานที่ สะดวกในการเดินทาง เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 73.0) รองลงมา ได้แก่ สปาที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกับโรงแรม/ที่พัก (ร้อยละ 40.0) สปาที่ตั้งตามกฎหมายสถานพยาบาล โดยมีแพทย์และพยาบาลกำกับ (ร้อยละ 2.4) และสปาที่ตั้งอยู่ในแหล่งน้ำพุร้อนหรือน้ำแร่ธรรมชาติ (ร้อยละ 1.9) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสปา คือ การแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก มากที่สุด (ร้อยละ 58.7) รองลงมาได้แก่ การแนะนำของคนขับแท็กซี่ (ร้อยละ 37.9) การแนะนำของพนักงานโรงแรม/ที่พัก (ร้อยละ 28.7) การมีบริการในสถานที่พักแรม (ร้อยละ 25.8) การแนะนำของเคาน์เตอร์ขายทัวร์ (ร้อยละ 15.3) และจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ (ร้อยละ 12.2)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสปา อยู่ในเกณฑ์สูง ค่าเฉลี่ย 4.52 จากคะแนนเต็ม 5 โดยทุกประเด็นมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์สูง

กลุ่มที่ใช้บริการนวดแผนไทย มีจำนวน 2,024 คน หรือร้อยละ 87.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่าเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 52.7 ต่อ ร้อยละ 47.3) มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 38.6) มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 55.6) เป็นโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 34.3) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.6) มีรายได้ต่อเดือนไม่สูงมาก อยู่ที่ 1,000 - 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ ฯ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 45.3)

กลุ่มตัวอย่างฯ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 94.6) เคยรู้จักการใช้บริการนวดแผนไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคลเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 54.5) รองลงมา ทราบจากเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (ร้อยละ 29.1) ทั้งนี้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.2) ไม่ถือว่าการใช้บริการนวดแผนไทยเป็นปัจจัยหลักในการเดินทางมาประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างฯ ใช้บริการนวดแผนไทยที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่พักแรมในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 63.0) รองลงมา ได้แก่ บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวภายในสถานที่พักแรม (ร้อยละ 25.9) ภายในสถานที่พักแรม (ร้อยละ 21.2) และบริเวณห่างไกลสถานที่พักแรม/แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 8.2) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย คือ การแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 60.4) รองลงมา ได้แก่ การแนะนำของพนักงานโรงแรม/ที่พัก (ร้อยละ 19.4) ข้อมูลจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ (ร้อยละ 12.6) การแนะนำของมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 11.4) และมีบริการภายในสถานที่พักแรม (ร้อยละ 11.1)

กลุ่มตัวอย่างฯ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการนวดแผนไทย อยู่ในเกณฑ์สูงค่าเฉลี่ย 4.36 จากคะแนนเต็ม 5 โดยเกือบทุกประเด็นมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์สูง ยกเว้นด้านการติดต่อสื่อสาร ของบุคลากรที่มีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.91

6. พฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ²⁵

ในปี พ.ศ. 2554 สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ดำเนินการสำรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 6,053 ตัวอย่าง ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพอื่นๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 1.6) แต่เมื่อ

²⁵ สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และสุขภาพ ความแนวทางพัฒนา เศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย 2555

เดินทางมาถึงประเทศไทยแล้ว มีการใช้บริการทางด้านการแพทย์ ถึง ร้อยละ 8.4 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้บริการส่งเสริมสุขภาพก็มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 1.1) แต่เมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทยแล้วมีการใช้บริการด้านสุขภาพถึง ร้อยละ 46.2 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งในส่วนนี้เป็นการใช้บริการนวดแผนไทย ร้อยละ 42.4 ใช้บริการสปา ร้อยละ 11.7 และซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ร้อยละ 3.5

บทที่ 3

ข้อมูลสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

เนื้อหาในบทนี้ นำเสนอข้อมูลสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายกับหน่วยงาน
ในกระทรวงสาธารณสุข ข้อมูลจำนวนและประเภทหัวข้อการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ (ทางการแพทย์) ที่มี
กลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติ หรือหน่วยงานต่างชาติเป็นผู้จัด โดยเลือกจัดขึ้นที่ประเทศไทย (MICE)
เพื่อจัดเตรียมข้อมูลสำหรับการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub (Medical Hub Intelligence
Center : MHIC)

1. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

จากข้อมูลของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 มีสถานประกอบการ
เพื่อสุขภาพยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียน กับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
กระทรวงสาธารณสุข จำนวนทั้งสิ้น 4,352 แห่ง โดยเป็นสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร
จำนวน 384 แห่ง และตั้งอยู่ในจังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศ จำนวน 3,968 แห่ง

เมื่อเปรียบเทียบในภาพรวมของประเทศ พบว่า สถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ให้บริการในพื้นที่
กรุงเทพมหานคร มีจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของสถานประกอบการที่ยื่นขอ
ใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนทั้งหมด โดยแบ่งเป็นสถานประกอบการเพื่อสุขภาพประเภทนวดเพื่อสุขภาพ
จำนวน 337 แห่ง สปา จำนวน 43 แห่ง และนวดเพื่อเสริมความงาม จำนวน 4 แห่ง

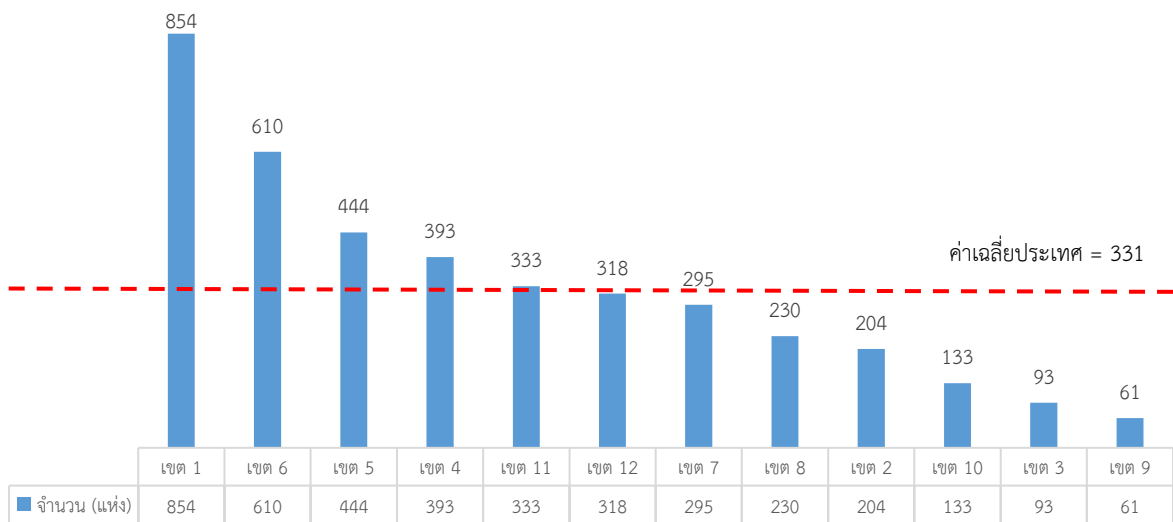
สถานประกอบการเพื่อสุขภาพในส่วนภูมิภาค ที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียน จำนวนทั้งสิ้น 3,698
แห่ง เมื่อพิจารณาตามพื้นที่สำนักงานเขต พบว่า สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ในพื้นที่สำนักงานสนับสนุน
บริการสุขภาพที่มีสถานประกอบการฯ มากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ สำนักงานสนับสนุน
บริการสุขภาพเขต 1 จังหวัดเชียงใหม่ (จำนวน 854 แห่ง หรือร้อยละ 21.52) รองลงมา เขต 6 จังหวัดชลบุรี
(จำนวน 610 แห่ง หรือร้อยละ 15.37) อันดับสาม เขต 5 จังหวัดราชบุรี (จำนวน 444 แห่ง หรือร้อยละ
11.19) เขต 4 จังหวัดนนทบุรี (จำนวน 393 แห่ง หรือร้อยละ 9.90) เขต 11 จังหวัดสุราษฎร์ธานี (จำนวน 333
แห่ง หรือร้อยละ 8.39) เขต 12 จังหวัดสงขลา (จำนวน 318 แห่ง หรือร้อยละ 8.10) เขต 7 จังหวัดขอนแก่น
(จำนวน 295 แห่ง หรือร้อยละ 7.43) เขต 8 จังหวัดอุดรธานี (จำนวน 230 แห่ง หรือร้อยละ 5.80) เขต 2
จังหวัดพิษณุโลก (จำนวน 204 แห่ง หรือร้อยละ 5.14) เขต 10 จังหวัดอุบลราชธานี (จำนวน 133 แห่ง หรือ
ร้อยละ 3.35) เขต 3 จังหวัดนครสวรรค์ (จำนวน 93 แห่ง หรือร้อยละ 2.34) และเขต 9 จังหวัดนครราชสีมา
(จำนวน 61 แห่ง หรือร้อยละ 1.54)

เมื่อพิจารณาจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพตามเขตพื้นที่สำนักงานสนับสนุนบริการสุขภาพ
พบว่า จำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนฯ ตามเขตพื้นที่
มีค่าเฉลี่ยประเทศเท่ากับ 331 แห่ง เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประเทศ พบว่า พื้นที่ที่มีจำนวนสถานประกอบการฯ
มากกว่าค่าเฉลี่ยประเทศ มีจำนวน 5 เขตพื้นที่ ได้แก่ สำนักงานสนับสนุนบริการสุขภาพเขต 1 จังหวัดเชียงใหม่
เขต 6 จังหวัดชลบุรี เขต 5 จังหวัดราชบุรี เขต 4 จังหวัดนนทบุรี ส่วนเขตพื้นที่ที่มีจำนวนสถานประกอบการ
ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยประเทศ มีจำนวน 7 เขต ได้แก่ สำนักงานสนับสนุนบริการสุขภาพเขต 12 จังหวัดสงขลา เขต 7

จังหวัดขอนแก่น เขต 8 จังหวัดอุดรธานี เขต 2 จังหวัดพิษณุโลก เขต 10 จังหวัดอุบลราชธานี เขต 3 จังหวัดนครสวรรค์ และเขต 9 จังหวัดนครราชสีมา

(แผนภูมิที่ 3-1)

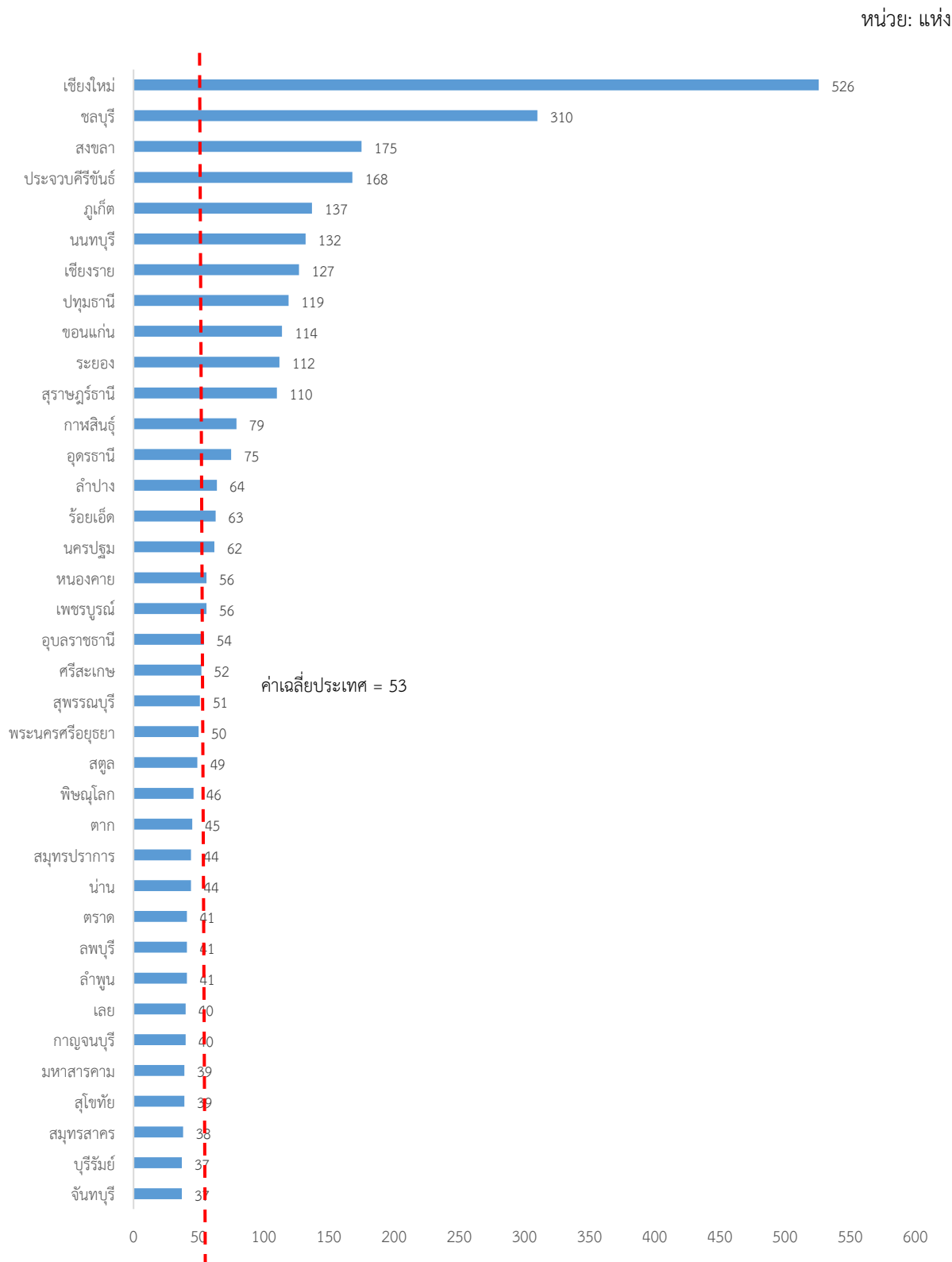
แผนภูมิที่ 3-1 จำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จำแนกตามเขตพื้นที่เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประเทศ



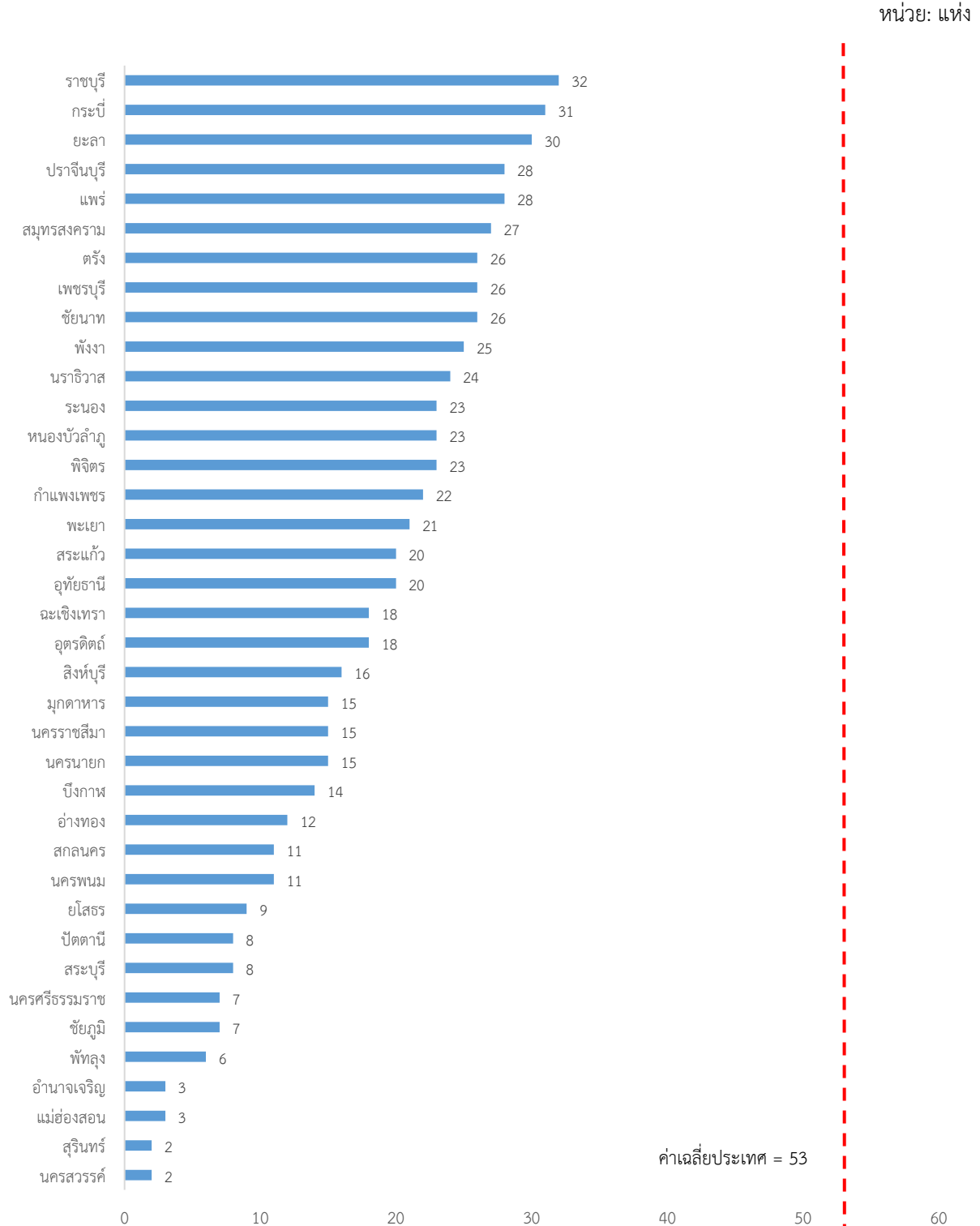
เมื่อพิจารณาตามพื้นที่จังหวัด พบว่า จำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนฯ ทั่วประเทศไม่รวมกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยประเทศเท่ากับ 53 แห่ง โดยจังหวัดที่มีจำนวนสถานประกอบการฯ มากกว่าค่าเฉลี่ยประเทศ มีจำนวน 19 จังหวัด หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของพื้นที่จังหวัดทั้งประเทศไม่รวมกรุงเทพมหานคร โดยจังหวัดที่มีจำนวนสถานประกอบการฯ เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อย 10 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมา ชลบุรี สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต นนทบุรี เชียงราย ปทุมธานี ขอนแก่น และระยอง ตามลำดับ โดยมีจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพฯ จำนวน 526, 310, 175, 168, 137, 132, 127, 119, 114 และ 112 แห่ง ตามลำดับ ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนสถานประกอบการฯ น้อยกว่าค่าเฉลี่ยประเทศ มีจำนวน 56 จังหวัด โดยจังหวัดที่มีจำนวนสถานประกอบการฯ น้อยที่สุด 10 อันดับสุดท้าย เรียงลำดับจากน้อยที่สุดไปหามาก ดังนี้คือ จังหวัดนครสวรรค์ สุรินทร์ แม่ฮ่องสอน อำนาจเจริญ พัทลุง ชัยภูมินครศรีธรรมราช สระบุรี ปัตตานี และยโสธร ตามลำดับ โดยมีจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพฯ จำนวน 2, 2, 3, 3, 6, 7, 7, 8, 8 และ 9 แห่ง ตามลำดับ

(แผนภูมิที่ 3-2)

แผนภูมิที่ 3-2 จำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการ
 เพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จำแนกตามพื้นที่จังหวัด
 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประเทศ



แผนภูมิที่ 3-2 จำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการ
 เพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จำแนกตามพื้นที่จังหวัด
 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประเทศ (ต่อ)



หมายเหตุ: สถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
 กระทรวงสาธารณสุข ในพื้นที่จังหวัดชุมพร = na

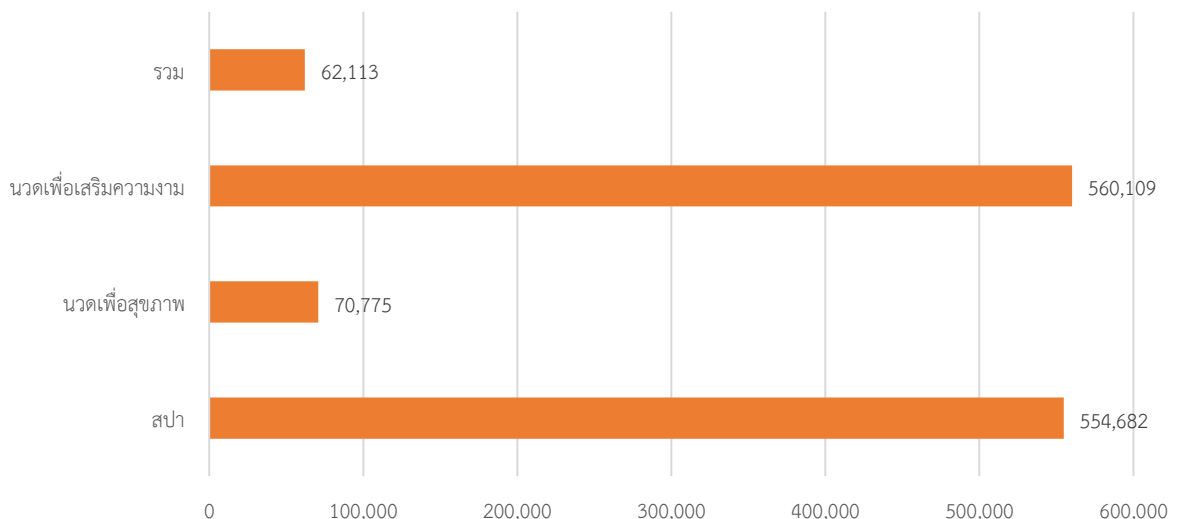
จากข้อมูลจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพฯ ในพื้นที่จังหวัดที่มีมากที่สุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่จังหวัดที่มีศักยภาพเป็นเมืองใหญ่ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ รองจากกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติ ต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 23,851,318.00 คน¹ พบว่า สัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ มีสัดส่วนเท่ากับ 1 สถานประกอบการต่อผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติ 62,113 คน เมื่อจำแนกตามประเภทบริการเพื่อสุขภาพ พบว่า สถานประกอบการฯ ประเภทสปา มีสัดส่วนเท่ากับ 1 สถานบริการต่อผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติ 554,682 คน สถานประกอบการฯ ประเภทนวดเพื่อสุขภาพ มีสัดส่วนเท่ากับ 1 สถานประกอบการต่อผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติ 70,775 คน และสถานประกอบการฯ ประเภทนวดเพื่อเสริมความงาม มีสัดส่วนเท่ากับ 1 สถานประกอบการต่อผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติ 560,109 คน (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก)

(แผนภูมิที่ 3-3)

แผนภูมิที่ 3-3 สัดส่วนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

หน่วย: คนต่อ 1 แห่ง



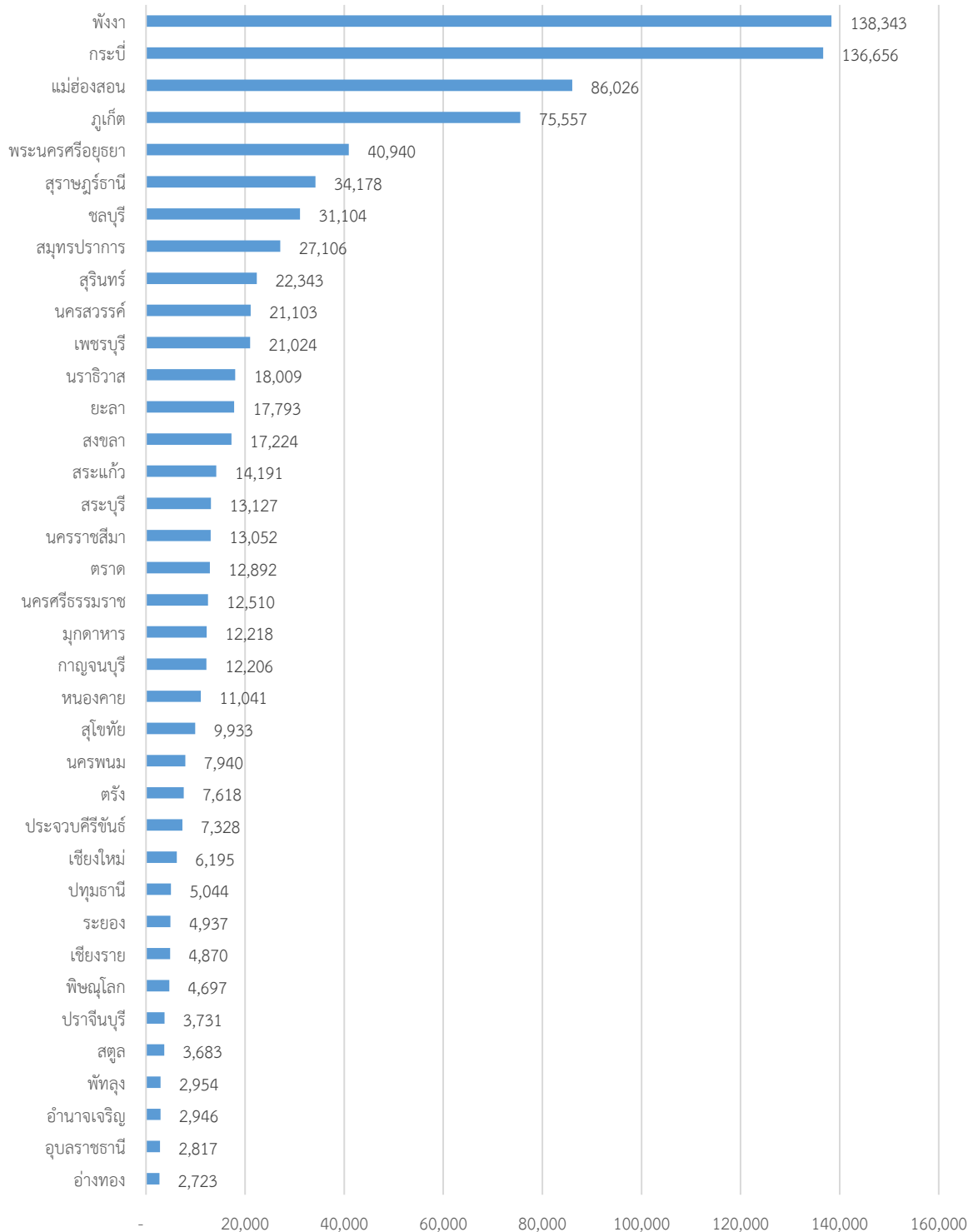
¹ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2561.

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ ต่อสถานประกอบการ เพื่อสุขภาพ จำแนกตามพื้นที่จังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีสัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนฯ ต่อ 1 สถานประกอบการมากที่สุด เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังนี้ จังหวัดพังงา รองลงมา กระบี่ แม่ฮ่องสอน ภูเก็ต พระนครศรีอยุธยา สุราษฎร์ธานี ชลบุรี สมุทรปราการ สุรินทร์ และนครสวรรค์ ตามลำดับ ซึ่งมีสัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนฯ ต่อ 1 สถานประกอบการ เท่ากับ 138,343, 136,656, 86,026, 75,557, 40,940, 34,178, 31,104, 27,106, 22,343, และ 21,103 คนต่อ 1 แห่ง ตามลำดับ ส่วนจังหวัดที่มีสัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนฯ ต่อ 1 สถานประกอบการน้อยที่สุด เรียงลำดับจากน้อยที่สุดไปหามาก 10 อันดับ มีดังนี้ จังหวัดกาฬสินธุ์ หนองบัวลำภู ร้อยเอ็ด สมุทรสาคร ชัยนาท สิงห์บุรี มหาสารคาม พิจิตร ปัตตานี และอุทัยธานี ตามลำดับ ซึ่งมีสัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนฯ ต่อ 1 สถานประกอบการ เท่ากับ 53, 80, 101, 117, 171, 188, 247, 250, 293 และ 332 แห่ง ตามลำดับ

(แผนภูมิที่ 3-4)

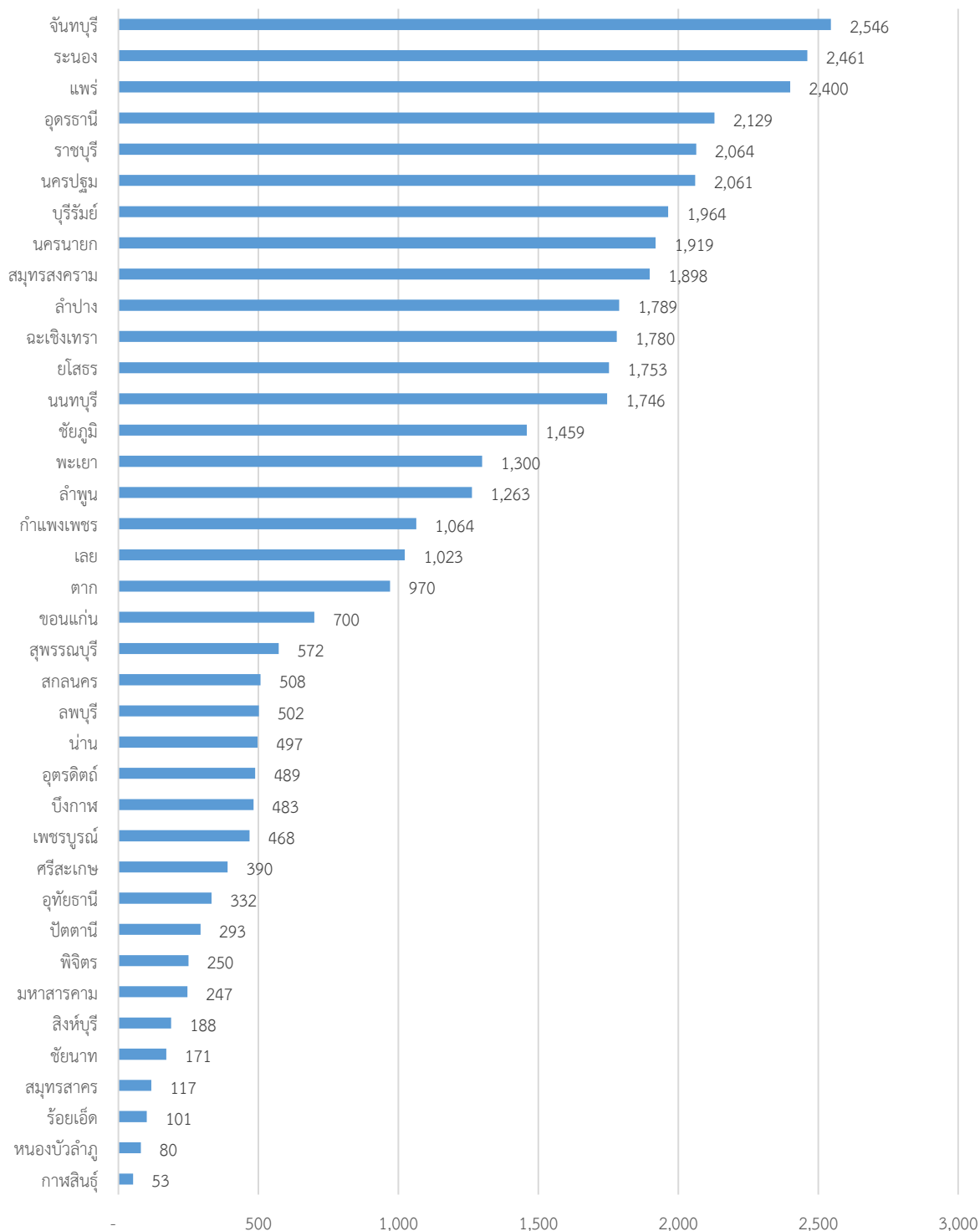
แผนภูมิที่ 3-4 สัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาต
 และขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
 กระทรวงสาธารณสุข จำแนกตามจังหวัด

หน่วย: คนต่อ 1 แห่ง



แผนภูมิที่ 3-4 สัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาต
 และขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
 กระทรวงสาธารณสุข จำแนกตามจังหวัด (ต่อ)

หน่วย: คนต่อ 1 แห่ง



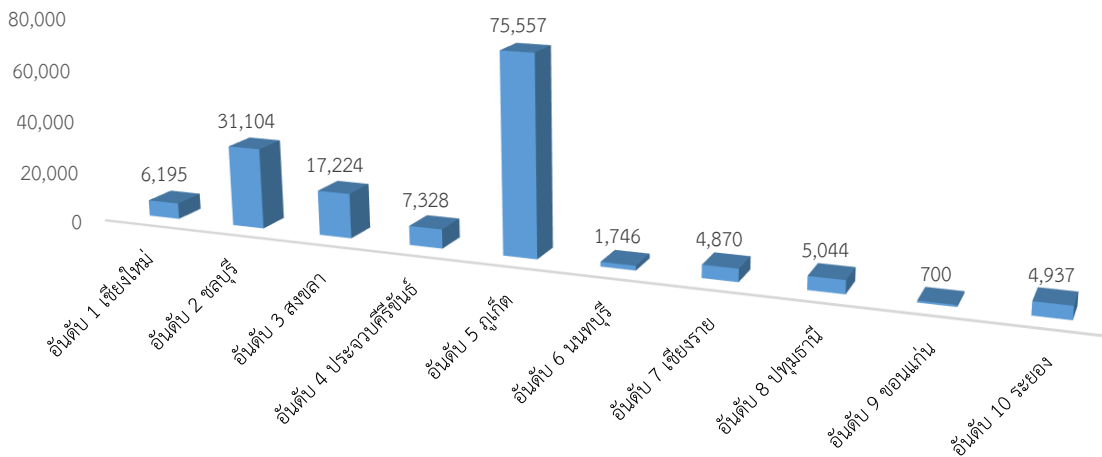
หมายเหตุ: สถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
 กระทรวงสาธารณสุข ในพื้นที่จังหวัดชุมพร = na

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ ต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดที่มีจำนวนสถานประกอบการฯ มากที่สุด 10 อันดับแรก พบว่ามีสัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนฯ ต่อ 1 สถานประกอบการ พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีสัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพมากที่สุด และขอนแก่นน้อยที่สุด

(แผนภูมิที่ 3-5)

แผนภูมิที่ 3-5 สัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขอใบอนุญาต และขึ้นทะเบียนกับกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จำแนกตามจังหวัดที่มีจำนวนสถานประกอบการฯ มากที่สุด 10 อันดับแรก

หน่วย: คนต่อ 1 แห่ง



จากข้อมูลสัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ ต่อจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพดังกล่าวข้างต้น พบว่า หากพิจารณาเพียงในเชิงปริมาณแล้ว จำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพยังมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม จะต้องพิจารณาถึงขนาดของสถานประกอบการที่มีอยู่ด้วยว่าสามารถรองรับจำนวนผู้เยี่ยมเยือนได้มากน้อยเพียงใดควบคู่กันไปด้วย

2. ข้อมูลการจัดการประชุมนานาชาติ (Covention) ที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ (Medical) ของประเทศไทย ในปี 2562

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญได้ถูกบรรจุให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ ทั้งนี้อุตสาหกรรมไมซ์มีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์สามารถมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศผ่านการจัดงานไมซ์

นอกจากจะนำนักเดินทางไมซ์เข้ามาใช้จ่ายสร้างรายได้ให้กับประเทศแล้ว อุตสาหกรรมไมซ์ยังก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนนวัตกรรม การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและการลงทุน ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมต่างๆ ในประเทศไทยด้วย

International Association of Professional Congress Organisers (IAPCO) ได้ให้ความหมายของ MICE ตามตัวอักษรแต่ละตัวไว้ว่า meeting หมายถึง การที่กลุ่มคนมารวมตัวกันในสถานที่หนึ่งเพื่อการปรึกษาหารือร่วมกันให้เกิดผลสำเร็จในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยอาจจัดขึ้นเป็นครั้งคราวหรือเป็นประจำก็ได้ incentive หมายถึง การจัดกิจกรรมร่วมกัน (meeting event) ในลักษณะที่เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานหรือโปรแกรมที่จัดให้กับผู้มีส่วนร่วมเพื่อเป็นรางวัลตอบแทนให้กับผู้ที่มีผลงานดี conference หมายถึง การที่กลุ่มบุคคลมารวมตัวร่วมกัน (participatory meeting) เพื่อที่จะถกเถียงกัน ค้นหาข้อความจริงหรือร่วมมือกันเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยทั่วไปแล้ว conference จะมีขนาดเล็กกว่า congress การประชุมมุ่งหวังที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีระยะเวลาที่จำกัดกว่าและมีวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจงมากกว่า ส่วน exhibition หมายถึง กิจกรรมที่เป็นการนำสินค้าและบริการมาแสดงหรือนำเสนอ และเนื่องจากส่วนใหญ่ MICE จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของการพบปะร่วมกัน (meeting) ดังนั้นในปัจจุบันบางกรณีจึงมีการใช้คำว่า meeting industry แทนคำว่า MICE

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

1) International corporate meeting; M หมายถึงการประชุมนานาชาติของบริษัทเอกชน โดยเป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากบริษัทเดียวกัน หรือบริษัทในเครือเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อปรึกษาหารือหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง อันจะนำไปสู่ผลประโยชน์ทางสังคมและธุรกิจร่วมกัน

2) International corporate incentive travel; I หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ (International incentive travel) เป็นการจูงใจเที่ยวเป็นหมู่คณะให้กับพนักงาน เพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตามเป้าหมายของบริษัท โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว

3) International non-corporate convention; C หมายถึง การประชุมวิชาชีพโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การมุ่งไปที่การให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมงาน การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงานที่ก่อให้เกิดการอภิปราย การเข้าสังคม หรือการเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ที่ถูกจัดขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโดยสมาคมระดับนานาชาติ ซึ่งอาจจัดแบบหมุนเวียนตามประเทศสมาชิกหรือประมุขเพื่อเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน

International non-corporate convention สามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การจำแนกตามหน่วยงานผู้จัดงานและการจำแนกตามผู้เข้าร่วมประชุม ในกรณีการจำแนกตามหน่วยงานผู้จัดประกอบด้วย

(1) Association Meeting หมายถึง การประชุมของสมาคม องค์กรนานาชาติซึ่งเป็นการรวมตัวกัน
ของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวิชาชีพเดียวกันหรือคล้ายกัน และ

(2) Government Meeting หมายถึง การประชุมของภาครัฐซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลจาก
หน่วยงานภาครัฐ

ส่วนการจัดประเภทตามผู้เข้าร่วมประชุม จำแนกได้เป็น

1) International Non-Corporate Meeting หมายถึงการประชุมที่ผู้เข้าร่วมประชุมเดินทางมาจาก
ประเทศต่างๆ ตั้งแต่ 2 ทวีปขึ้นไป

2) Regional Non-Corporate Meeting หมายถึงการประชุมที่ผู้เข้าร่วมประชุมมาจากประเทศต่างๆ
ในทวีปเดียวกันตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป และ

3) National Offshore Non-Corporate Meeting หมายถึงการประชุมที่ผู้เข้าร่วมประชุมเดินทางมา
จากประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียว จากทวีปใดๆ มาประชุมร่วมกันหรือมาประชุมร่วมกับประเทศ
เจ้าภาพ

4) International exhibition; E หมายถึง การจัดงานแสดงสินค้า นิทรรศการนานาชาติ หรือ
การแสดงผลงาน สินค้า ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายชม โดยการจัดงานแสดงสินค้าหรือ Trade fair
มีวัตถุประสงค์หลักเชิงพาณิชย์ในการก่อให้เกิดการติดต่อซื้อขายระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ ส่วนการจัดนิทรรศการ
(exhibition) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ชื่อเสียงและมุ่งเน้นให้ความรู้ในด้านต่างๆ แก่
ประชาชนทั่วไป

ทั้งนี้ ในปี 2562 การจัดการประชุมนานาชาติ (Covention) ที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ (Medical) ของ
ประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 18 งาน สรุปได้ดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 ข้อมูลการจัดการประชุมนานาชาติ (Covention) ที่เกี่ยวข้องกับทางการแพทย์ (Medical) ของประเทศไทย ในปี 2562

ที่	ชื่องาน	ช่วงเวลา จัดงาน (วัน/เดือน/ปี)	จำนวนคนที่เข้าร่วมงาน			สัญชาติ หลักของ คน ต่างชาติ	ค่าใช้จ่าย การจัดงาน (บาท)	รายได้ การจัด งาน (บาท)	กลุ่ม อุตสาหกรรม เป้าหมาย	เจ้าของงาน	ผู้จัด	สถานที่	จังหวัด
			คนไทย	ต่าง ชาติ	รวม								
1	The 4th Bangkok International Adult Congenital Cardiology Symposium	21-22 ม.ค. 62	72	7	79	-	-	Medical Sector	Mahidol University : ภาควิชาอายุรศาสตร์	Mahidol University : ภาควิชาอายุรศาสตร์	โรงแรม อีสติน แกรนด์ สาขา	กทม.	
2	ประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับนานาชาติ “ International Collaborative Symposium on Development of Human Resources In Practical Oral Health and Treatment”	10-11 ก.พ. 62	-	-	-	-	-	Medical Sector	คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	Novotel Phuket Resort Hotel	ภูเก็ต	
3	International Conference on Medical Medicine and Health Sciences	11-12 ก.พ. 62	-	-	-	-	-	Medical	Academic Fora Indonesia	Academic Fora Indonesia	Novotel Bangkok	กทม.	
4	International Conference on One Medicine One Science	11-14 ก.พ. 62	-	-	-	-	-	Medical and Pharma	Chiang Mai University Thailand	Chiang Mai University Thailand	The Empress Chiang Mai Hotel, Chiang Mai,	เชียงใหม่	

ตารางที่ 3-1 ข้อมูลการจัดการประชุมนานาชาติ (Covention) ที่เกี่ยวข้องกับทางการแพทย์ (Medical) ของประเทศไทย ในปี 2562 (ต่อ)

ที่	ชื่องาน	ช่วงเวลา จัดงาน (วัน/เดือน/ปี)	จำนวนคนที่เข้าร่วมงาน		สัญชาติ หลักของ คน ต่างชาติ	ค่าใช้จ่าย การจัดงาน (บาท)	รายได้ การจัด งาน (บาท)	กลุ่ม อุตสาหกรรม เป้าหมาย	เจ้าของงาน	ผู้จัด	สถานที่	จังหวัด
			คนไทย	ต่าง ชาติ								
5	ประชุมวิชาการนานาชาติ ประจำปี 2562 เรื่อง The 4th International Conference on Prevention and Management of Chronic Conditions : Innovation in Nursing Practice, Education, and Research	13-15 ก.พ. 62	-	400	-	-	-	Medical Sector	สมาคมพยาบาลแห่งประเทศไทย	สมาคม พยาบาลแห่งประเทศไทย	The Emerald Hotel, Bangkok	กทม.
6	The 6 th Bangkok International Fetal Echocardiography Symposium	18-20 ก.พ. 62	60	22	82	-	-	Medical Sector	ภาควิชากุมารเวช ศาสตร์	ภาควิชากุมารเวช ศาสตร์	The Eastin Grand Hotel	กทม.
7	2019 Highlights of ASH in Asia-Pacific	23-24 ก.พ. 62	-	-	-	-	-	Medical and Pharma	สมาคมโลหิตวิทยา แห่งประเทศไทย	American Society Of Hemato logy USA	Centara Grand & Bangkok Conventi on Centre	กทม.
8	Bangkok International Neonatology Symposium : 2019	27 ก.พ. - 1 มี.ค. 62	-	-	-	-	-	Medical Sector	Mahidol University	Mahidol University	โรงแรม แชงกรีล่า	กทม.

ตารางที่ 3-1 ข้อมูลการจัดการประชุมนานาชาติ (Covention) ที่เกี่ยวข้องกับทางการแพทย์ (Medical) ของประเทศไทย ในปี 2562 (ต่อ)

ที่	ชื่องาน	ช่วงเวลา จัดงาน (วัน/เดือน/ปี)	จำนวนคน ที่เข้าร่วมงาน		สัญชาติ หลักของ คน ต่างชาติ	ค่าใช้จ่าย การจัดงาน (บาท)	รายได้ การจัด งาน (บาท)	กลุ่ม เป้าหมาย	เจ้าของงาน	ผู้จัด	สถานที่	จังหวัด
			คนไทย	ต่าง ชาติ								
9.	Bangkok International Neonatology Symposium : 2019	27 ก.พ. - 1 มี.ค. 62	-	-	-	-	-	Medical Sector	Mahidol University	Mahidol University	โรงแรม เซงกิร์ล่า	กทม.
10.	The 43 rd International Conference Veterinary Science 2019 (ICVS2019)	06-08 มี.ค. 62	-	-	-	-	-	Medical Sector	สัตวแพทยสมาคม แห่งประเทศไทยใน พระบรมราชูปถัมภ์	สัตวแพทยสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์	Centara Grand At Central Plaza Ladpra	กทม.
11.	Chest World Congress 2019 : การประชุม ระดับโลกด้านโรคระบบ การหายใจ	10-12 เม.ย. 62	-	-	-	-	-	Medical	สมาคม the American College of Chest Physician (ACCP) ร่วมกับ สมาคมออร์เวอซแห่งชาติ ประเทศไทย	Kenes Group	QSNCC	กทม.
12.	ประชุมวิชาการ ระตึบนานาชาติ The 6 th Congress of the Asia Association of Medical Scientists (AAMLS 2019) และ การประชุม วิชาการ ประจำปีทาง เทคนิการแพทย์ครั้งที่	28-31 พ.ค. 62	-	-	-	-	-	Medical sector	สมาคมเทคนิการ แพทย์แห่ง ประเทศไทยร่วมกับ องค์การ The Asia Association of Medical Laboratory Scientists (AAMLS)	สมาคมเทคนิการ แพทย์แห่ง ประเทศไทยร่วมกับ องค์การ The Asia Association of Medical Laboratory	โรงแรม แอมบาส ซาเตอร์จีดี จอมเทียน จังหวัด ชลบุรี	ชลบุรี

ตารางที่ 3-1 ข้อมูลการจัดการประชุมนานาชาติ (Covention) ที่เกี่ยวข้องกับทางการแพทย์ (Medical) ของประเทศไทย ในปี 2562 (ต่อ)

ที่	ชื่องาน	ช่วงเวลา จัดงาน (วัน/เดือน/ปี)	จำนวนคนที่เข้าร่วมงาน		สัญชาติ หลักของ คน ต่างชาติ	ค่าใช้จ่าย การจัดงาน (บาท)	รายได้ การจัด งาน (บาท)	กลุ่ม อุตสาหกรรม เป้าหมาย	เจ้าของงาน	ผู้จัด	สถานที่	จังหวัด
			คนไทย	ต่างชาติ								
13.	43 “Breakthrough in Medical Technology” (43rd ACMTT) งานประชุมนานาชาติ The 19th International Symposium of World Association of Veterinary Laboratory Diagnosticians (ISWAVLD 2019) : การประชุมวิชาการ นานาชาติสมาคมเวชศาสตร์ ชั้นสูรทางสัตวแพทย์โลก	19-22 มิ.ย. 62	-	440	-	-	-	Medical sector	สมาคมเวชศาสตร์ ชั้นสูรทางสัตวแพทย์ โลก	VNU EXHIBITION S ASIA PACIFIC CO.,LTD.	THE EMPRESS HOTEL	เชียงใหม่
14.	Bangkok Beauty Show 2019 (K-Beauty Expo Bangkok 2019)	11-13 ก.ค. 62	-	5330	-	-	-	Health, Beauty, Wellness	-	KINTEX and ICVeX Co., Ltd	BITEC : EH 101	กทม.
15.	InterCare Asia 2019	11-14 ก.ค. 62	-	3062	-	-	-	Healthcare and wellness	NEO	NEO	BITEC : Hall 99	กทม.
16.	Princess Chulabhorn International Oncology Conference 2019 : PCIOC 2019	8-9 ส.ค. 62	-	-	-	-	-	Medical sector	Mahidol University	Mahidol University	Centara Grand Hotel at Central World	กทม.

ตารางที่ 3-1 ข้อมูลการจัดการประชุมนานาชาติ (Covention) ที่เกี่ยวข้องกับทางการแพทย์ (Medical) ของประเทศไทย ในปี 2562 (ต่อ)

ที่	ชื่องาน	ช่วงเวลา จัดงาน (วัน/เดือน/ปี)	จำนวนคนที่เข้าร่วมงาน		สัญชาติ หลักของ คน ต่างชาติ	ค่าใช้จ่าย การจัดงาน (บาท)	รายได้ การจัด งาน (บาท)	กลุ่ม อุตสาหกรรม เป้าหมาย	เจ้าของงาน	ผู้จัด	สถานที่	จังหวัด
			คนไทย	ต่าง ชาติ								
17.	MEDICAL FAIR THAILAND 2019	11-13 ก.ย. 62	-	-	-	-	-	Medical and Hospital Equipment Exhibition	Messe Düsseldorf Asia	Messe Düsseldorf Asia	BITEC	กทม.
18.	7th Congress of the Asia Pacific Trauma Society & 1st Scientific Meeting of the APOA Foot & Ankle Section	20-22 ก.ย. 62	-	-	-	-	-	Medical	Asia Pacific Orthopaedic Association	Asia Pacific Orthopaedic Association	Hyatt Regency Sukhumvit	กทม.

บทที่ 4 ผลการสำรวนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

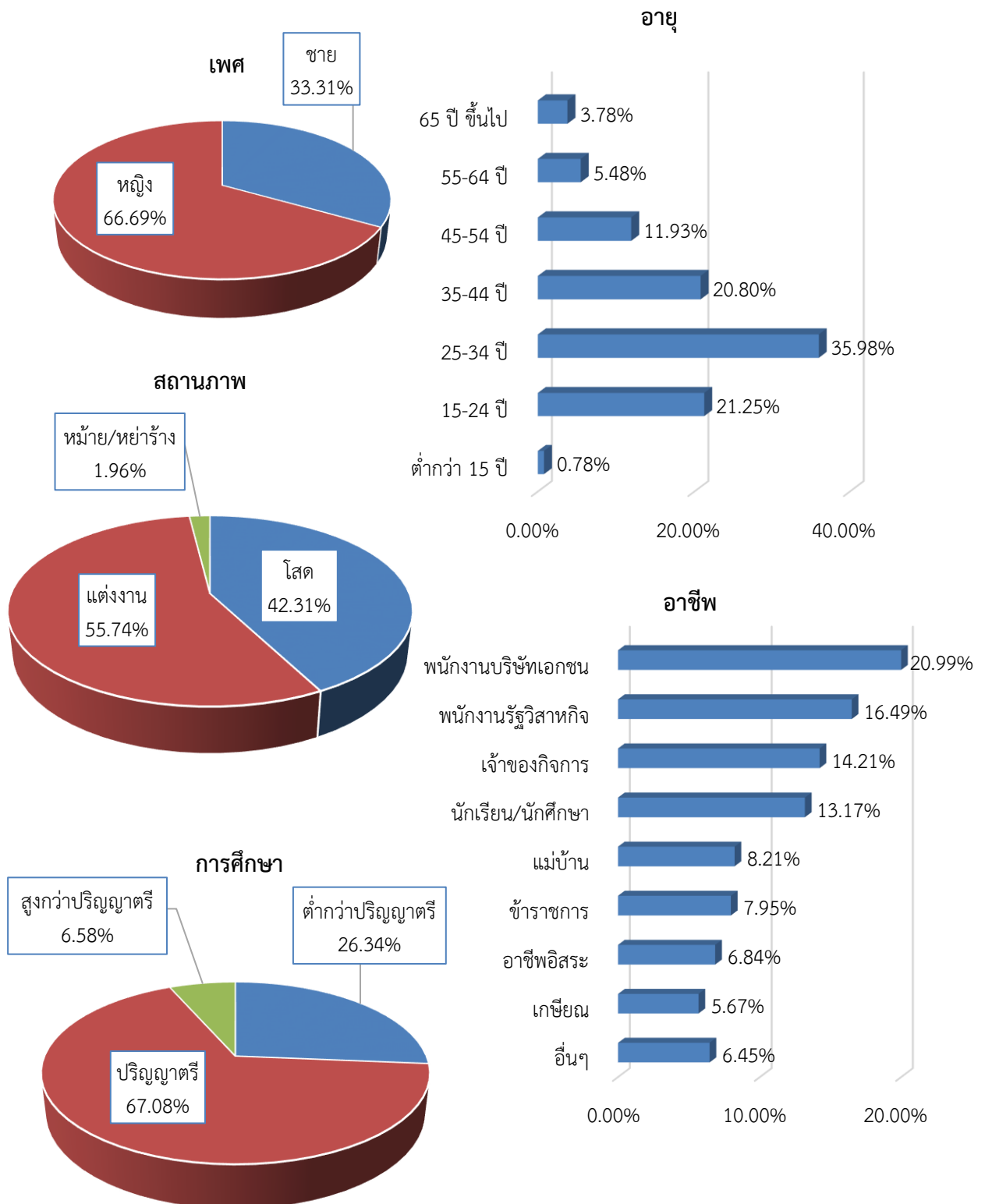
การสำรวนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและใช้บริการด้านการแพทย์และหรือบริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) ดำเนินการสำรวณสถานพยาบาลเอกชนชั้นนำของประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ และใน 3 สนามบินหลัก ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต สามารถสำรวนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์และหรือบริการเชิงสุขภาพได้รวมทั้งสิ้น จำนวน 1,534 ตัวอย่าง แบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำนวน 475 ราย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน/ และบริการสุขภาพอื่นๆ) จำนวน 1,124 ราย (กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางส่วนใช้ทั้งบริการทางการแพทย์และบริการเชิงสุขภาพทำให้จำนวนรวมของทั้ง 2 กลุ่มสูงกว่าจำนวนที่สำรวทั้งหมด) การนำเสนอผลการสำรวแบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบด้วย 1) ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรว 2) ผลการสำรวกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ และ 3) ผลการสำรวกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรว

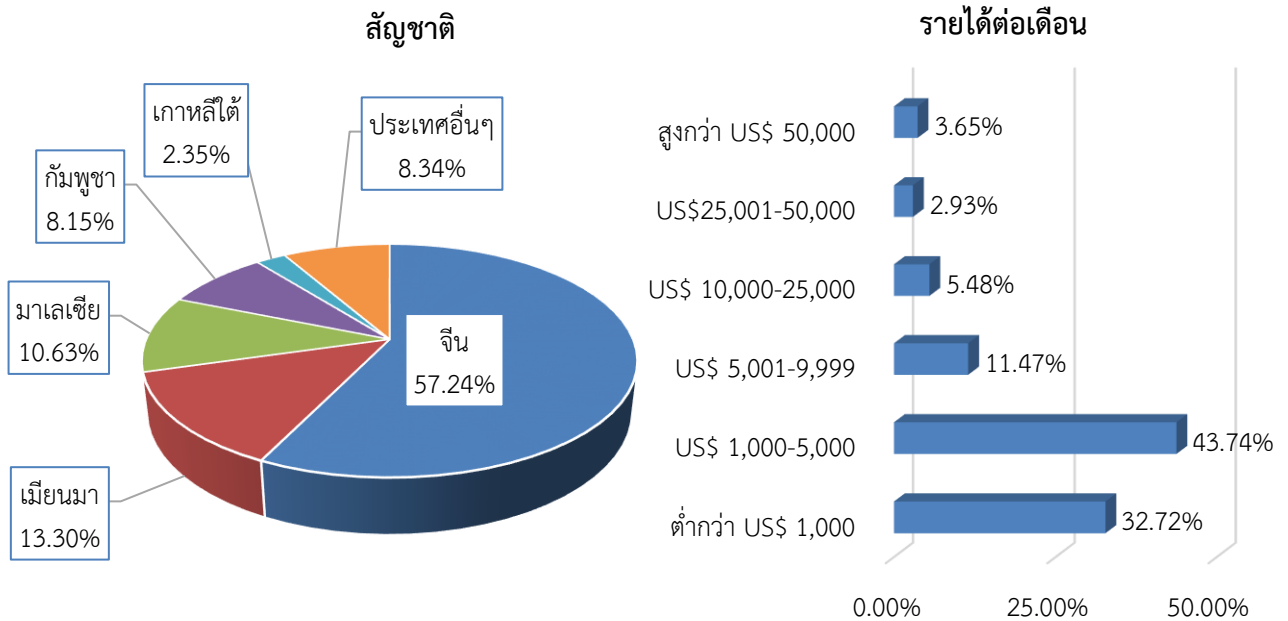
1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรว

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 66.69 ต่อ ร้อยละ 33.31) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 35.98) มากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 55.74) สมรสแล้ว ประกอบอาชีพหลากหลายโดยเป็นพนักงานบริษัทเอกชนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 20.99) รองลงมา เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 16.49) เป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ 14.21) ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ร้อยละ 73.66) มีรายได้ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อเดือนเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.46) กลุ่มตัวอย่างที่สำรวพบเป็นคนเอเชียเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ จีนมากที่สุด (ร้อยละ 57.24) รองลงมา เมียนมา (ร้อยละ 13.30) มาเลเซีย (ร้อยละ 10.63) กัมพูชา (ร้อยละ 8.15) และเกาหลีใต้ (ร้อยละ 2.35) ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-1)

แผนภูมิที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ



แผนภูมิที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

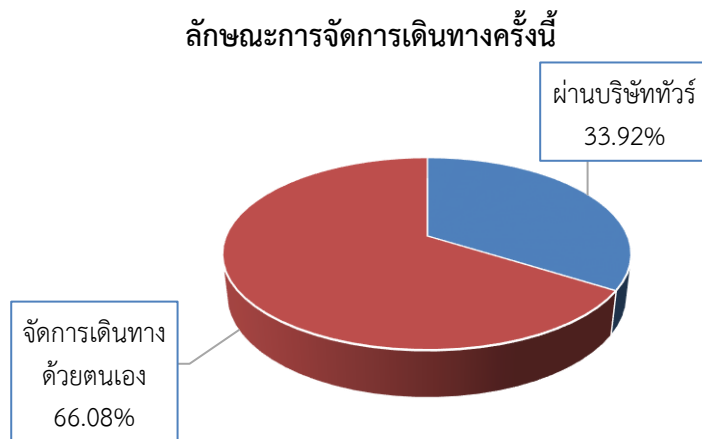


2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทาง

2.1 ลักษณะการจัดการเดินทาง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 2 ใน 3 (ร้อยละ 66.08) จัดการเดินทางด้วยตนเอง มีประมาณ 1 ใน 3 (ร้อยละ 33.92) จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว (แผนภูมิที่ 4-2)

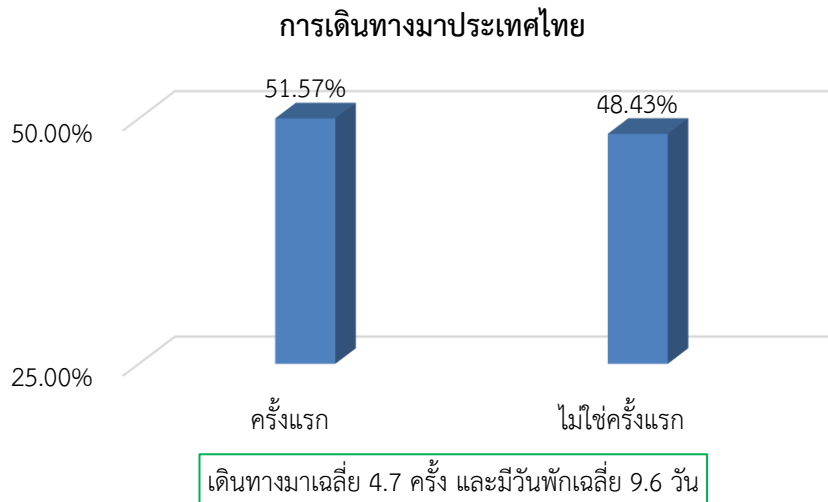
แผนภูมิที่ 4-2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามลักษณะการจัดการเดินทาง



2.2 การเคยเดินทางมาประเทศไทยและวันหยุดเฉลี่ย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าครึ่งเล็กน้อย (ร้อยละ 51.57) มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก และเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 48.43) เคยเดินทางมาประเทศไทยแล้วในช่วง 2559 - 2561 เฉลี่ย 4.7 ครั้งต่อคน และทั้ง 2 กลุ่มมีวันหยุดเฉลี่ยครั้งนี้ 9.6 วัน (สิทธิ์ตามวีซ่าเฉลี่ย 21.9 วัน) (แผนภูมิที่ 4-3)

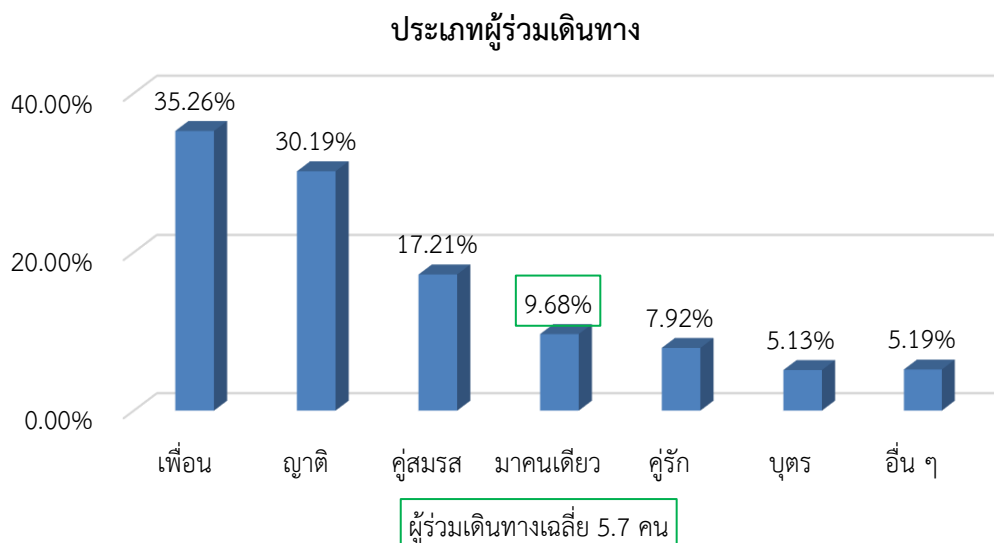
แผนภูมิที่ 4-3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการเคยเดินทางมาประเทศไทยและวันหยุดเฉลี่ย



2.3 จำนวนและประเภทผู้ร่วมเดินทาง

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย 5.7 คน โดยเดินทางมากับเพื่อนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 35.26) รองลงมา ได้แก่ มากับญาติ (ร้อยละ 30.19) มากับคู่สมรส (ร้อยละ 17.21) โดยมีร้อยละ 9.68 ที่เดินทางคนเดียว (แผนภูมิที่ 4-4)

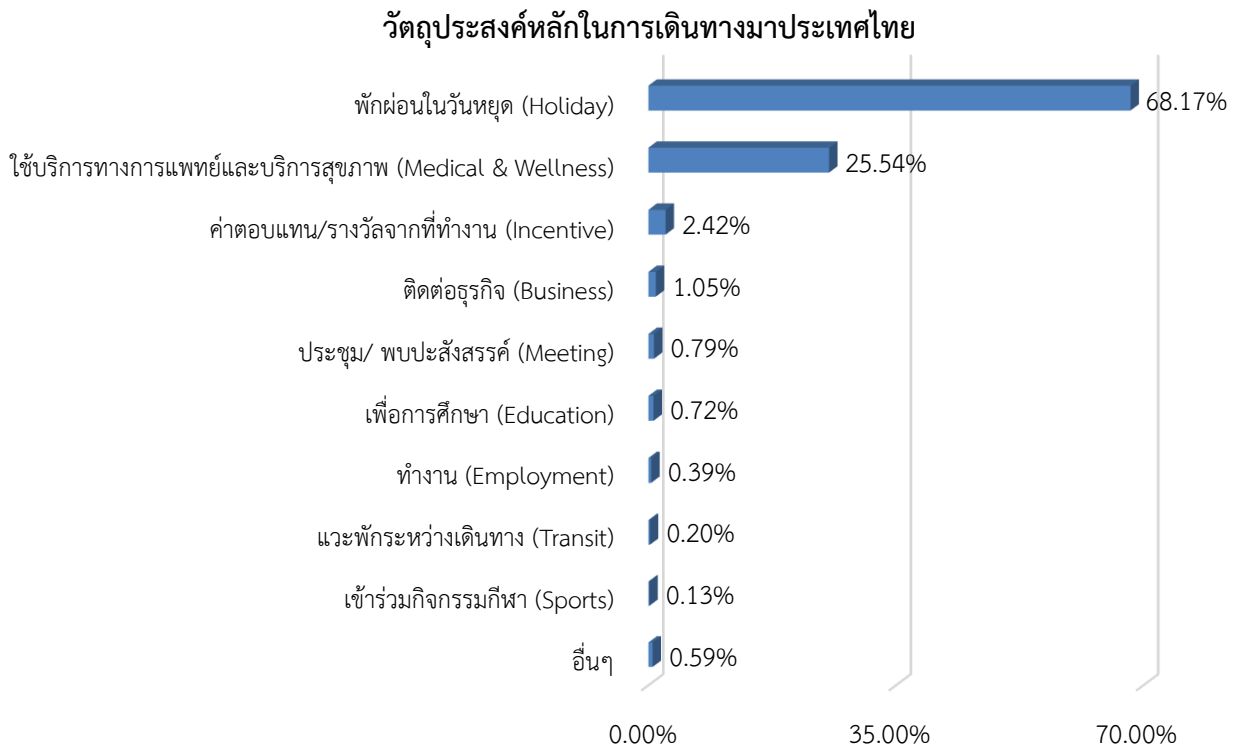
แผนภูมิที่ 4-4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามจำนวนและประเภทผู้ร่วมเดินทาง



2.4 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 68.17) มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด มีเพียงบางส่วน (ร้อยละ 25.54) ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้บริการทางการแพทย์และบริการสุขภาพ (แผนภูมิที่ 4-5)

แผนภูมิที่ 4-5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้



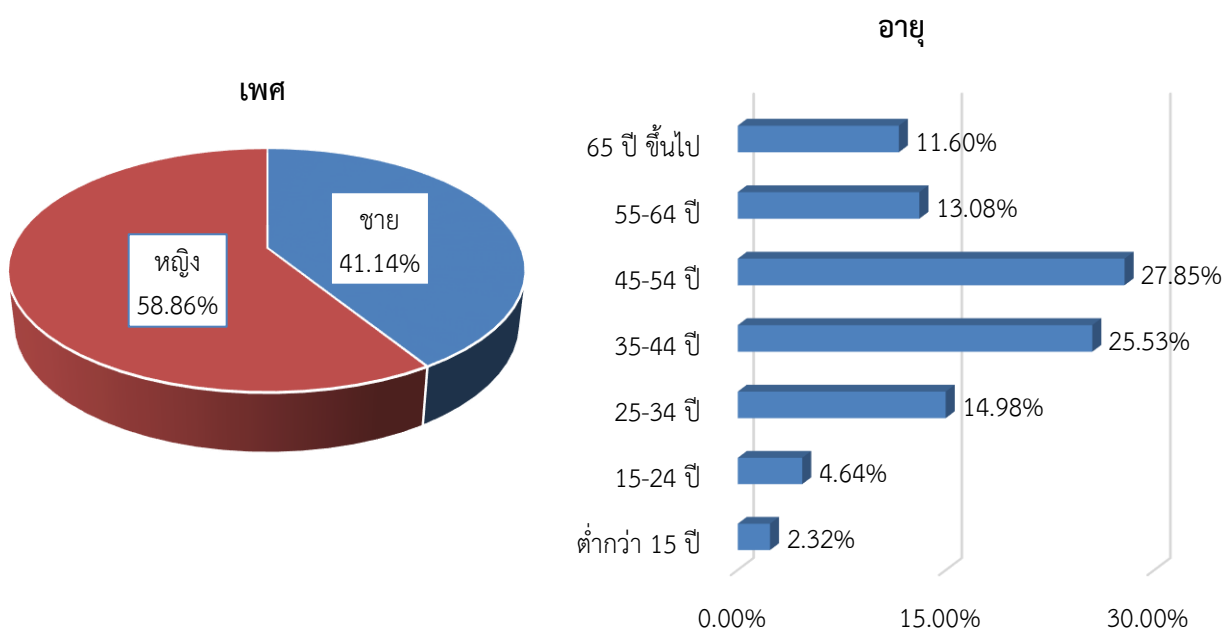
ส่วนที่ 2 ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์

การสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยและใช้บริการด้านการแพทย์ ดำเนินการสำรวจ ณ สถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรี แม่ฮ่องสอน สระบุรี และหนองคาย เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลพญาไท 2 โรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลยันฮี อินเตอร์เนชั่นแนล โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลพระราม 9 โรงพยาบาลวิภาวดี โรงพยาบาลเซ็นทรัล เชียงใหม่เมโมเรียล โรงพยาบาลช้างเผือก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม โรงพยาบาลกรุงเทพ (ภูเก็ต) โรงพยาบาลปางมะพร้าว และโรงพยาบาลสระบุรี เป็นต้น และในสถานบันหลัก 3 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต สามารถสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ จำนวน 475 ราย หรือร้อยละ 30.96 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผลการสำรวจ มีรายละเอียดดังนี้

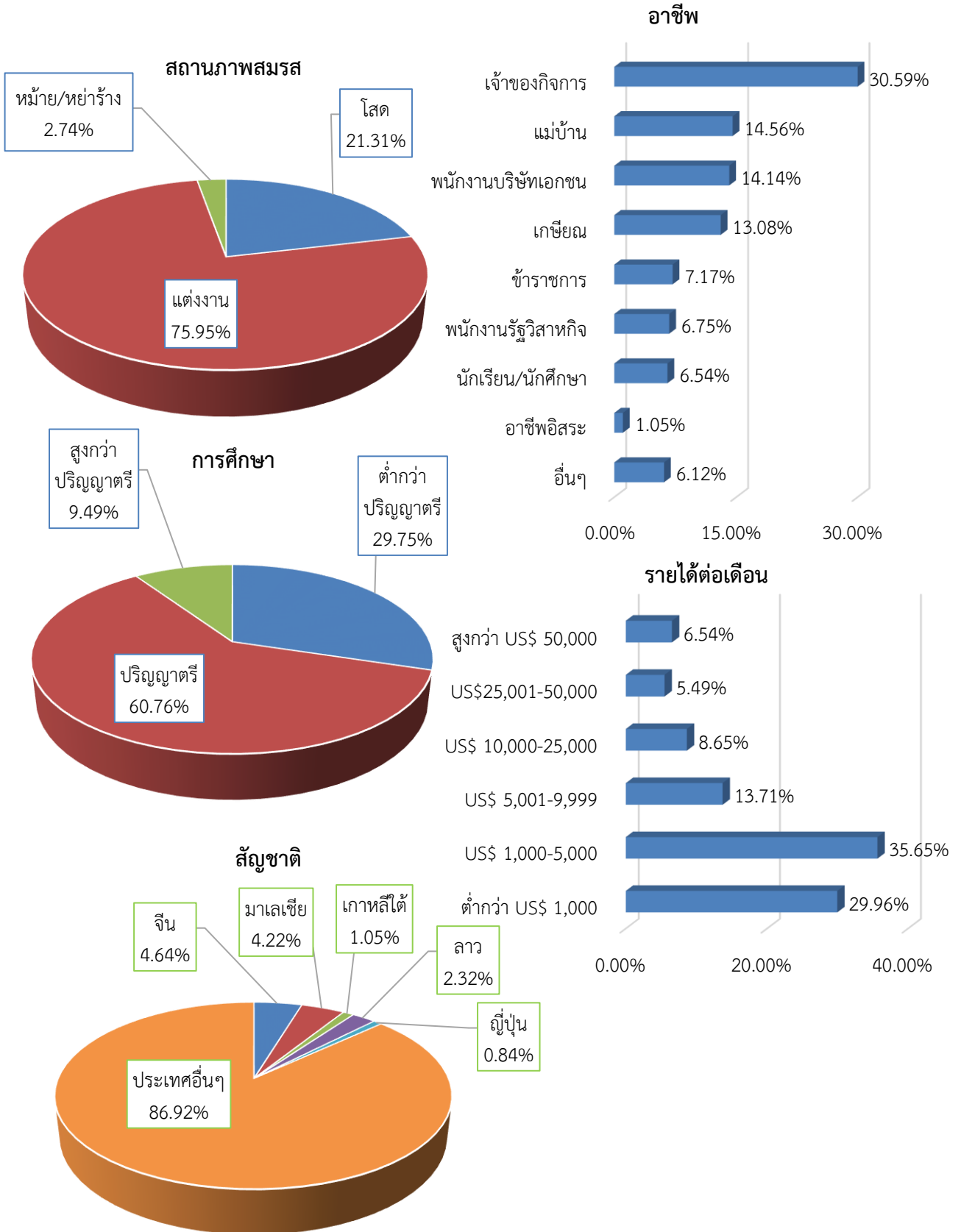
1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทางการแพทย์เป็นเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 58.86 ต่อ ร้อยละ 41.14) อยู่ในช่วงอายุ 45-54 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 27.85) รองลงมา มีอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 25.53) สมรสแล้วเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.95) ประกอบอาชีพที่หลากหลายทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเป็นเจ้าของกิจการในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 30.59) รองลงมา แม่บ้าน (ร้อยละ 14.56) พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 14.14) เกษียณอายุ (ร้อยละ 13.08) เป็นต้น มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.25) มีรายได้ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อเดือนเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.61) กลุ่มตัวอย่างเป็นคนในเอเชียเป็นส่วนใหญ่ โดยเป็นสัญชาติจีนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 4.64) รองลงมา เมียนมา (ร้อยละ 4.22) ลาว (ร้อยละ 2.32) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 1.05) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 0.84) และประเทศอื่นๆ (ร้อยละ 86.92) ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-6)

แผนภูมิที่ 4-6 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์



แผนภูมิที่ 4-6 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ (ต่อ)

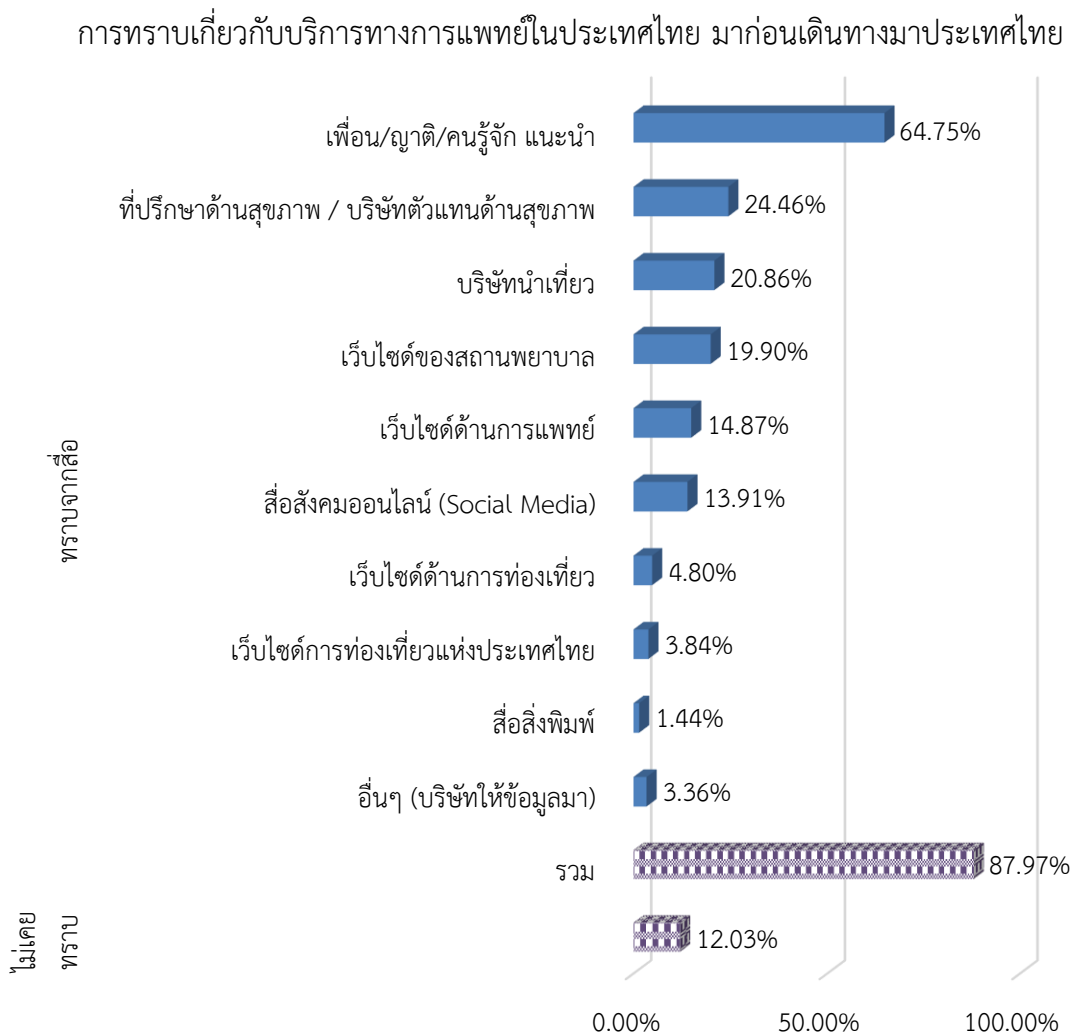


2. ข้อมูลการใช้บริการด้านการแพทย์

2.1 การทราบเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และสื่อที่ทำให้ทราบ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.97) ทราบเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 64.75) รองลงมา ทราบจากที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/บริษัทตัวแทนด้านสุขภาพ (ร้อยละ 24.46) บริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 20.86) และเว็บไซต์ของสถานพยาบาล (ร้อยละ 19.90) ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์มีบทบาทค่อนข้างน้อย (ร้อยละ 1.44) (แผนภูมิที่ 4-7)

แผนภูมิที่ 4-7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามการทราบเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ

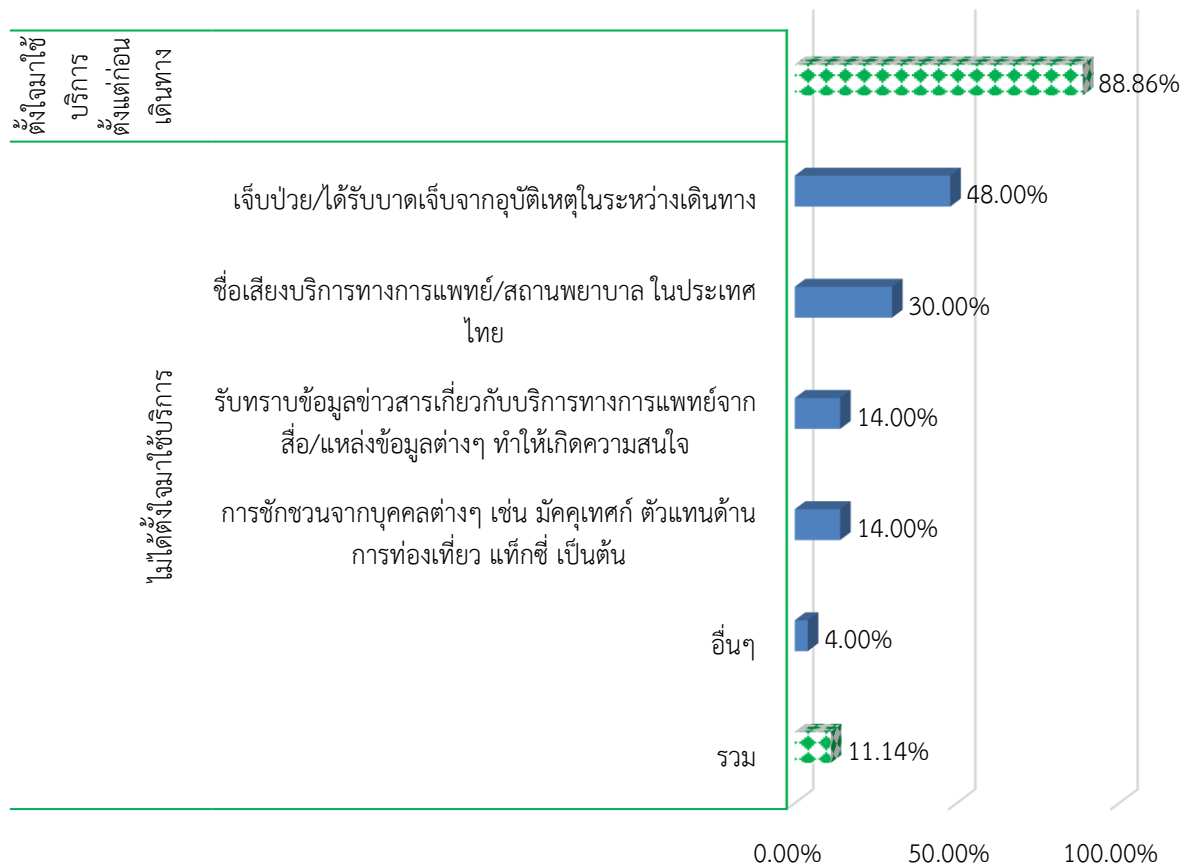


2.2 ความตั้งใจและสาเหตุที่มาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยครั้งนี้

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.86) ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย ตั้งแต่ก่อนเดินทางมาประเทศไทย มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 11.14) ที่ไม่ได้ตั้งใจมาใช้บริการทางการแพทย์ เนื่องจากหลายสาเหตุ เช่น เจ็บป่วย/ได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ ในระหว่างเดินทาง (ร้อยละ 48.00) ชื่อเสียงบริการทางการแพทย์/สถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 30.00) การชักชวนจากบุคคลต่างๆ เช่น มัคคุเทศก์ ตัวแทนด้านการท่องเที่ยว คนขับแท็กซี่ เป็นต้น (ร้อยละ 14.00) รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์จากสื่อ/แหล่งข้อมูลต่างๆ ทำให้เกิดความสนใจ (ร้อยละ 14.00) เป็นต้น (แผนภูมิที่ 4-8)

แผนภูมิที่ 4-8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามความตั้งใจ และสาเหตุที่มาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยครั้งนี้

สาเหตุการใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย



2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 5 อันดับแรก ได้แก่

1) ราคาค่าบริการในประเทศไทยต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับบริการระดับเดียวกัน (ร้อยละ 85.50)
โดยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 42.71) และอยู่ในระดับมาก
(ร้อยละ 28.64)

2) ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 84.30) โดยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ใน
ระดับมากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 61.75) และอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 27.05)

3) ชื่อเสียงของแพทย์ในประเทศไทย (ร้อยละ 77.68) โดยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับ
มากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 63.13) และอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 27.93)

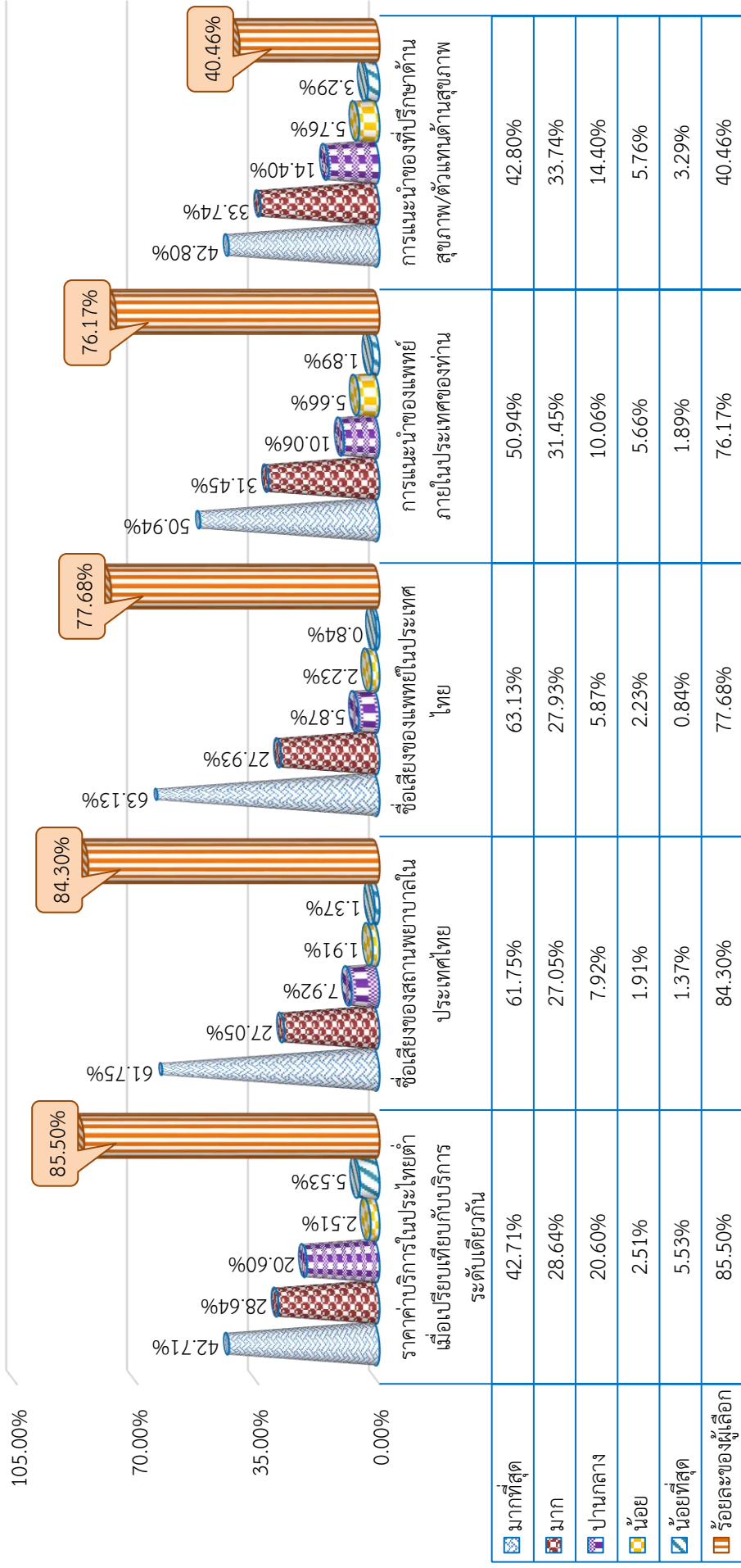
4) การแนะนำของแพทย์ภายในประเทศตนเอง (ร้อยละ 76.17) โดยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับ
มากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.94) และอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 31.45)

5) การแนะนำของที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/ตัวแทนด้านสุขภาพ (ร้อยละ 40.46) โดยมีผลต่อการ
ตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 42.80) และอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 33.74)

(แผนภูมิที่ 4-9)

แผนภูมิที่ 4-9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยในแต่ละสัญชาติมีดังนี้

● ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวชาวจีน 5 อันดับแรก ได้แก่

- 1) ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 94.12)
- 2) การแนะนำของที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/ ตัวแทนด้านสุขภาพ (ร้อยละ 82.35)
- 3) มาตรฐานการให้บริการทางการแพทย์ (ร้อยละ 64.71)
- 4) การแนะนำของแพทย์ภายในประเทศตนเอง (ร้อยละ 52.94)
- 5) การแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก (ร้อยละ 52.94)

● ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย 5 อันดับแรก ได้แก่

- 1) มาตรฐานการให้บริการทางการแพทย์ (ร้อยละ 92.31)
- 2) ชื่อเสียงของแพทย์ในประเทศไทย (ร้อยละ 69.23)
- 3) ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 69.23)
- 4) การแนะนำของแพทย์ภายในประเทศตนเอง (ร้อยละ 46.15)
- 5) การแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก (ร้อยละ 15.38)

● ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ 5 อันดับแรก ได้แก่

- 1) การแนะนำของแพทย์ภายในประเทศตนเอง (ร้อยละ 75.0)
- 2) ราคาค่าบริการในประเทศไทยต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับบริการระดับเดียวกัน (ร้อยละ 75.0)
- 3) ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 50.0)
- 4) ชื่อเสียงของแพทย์ในประเทศไทย (ร้อยละ 50.0)
- 5) มาตรฐานการให้บริการทางการแพทย์ (ร้อยละ 25.0)

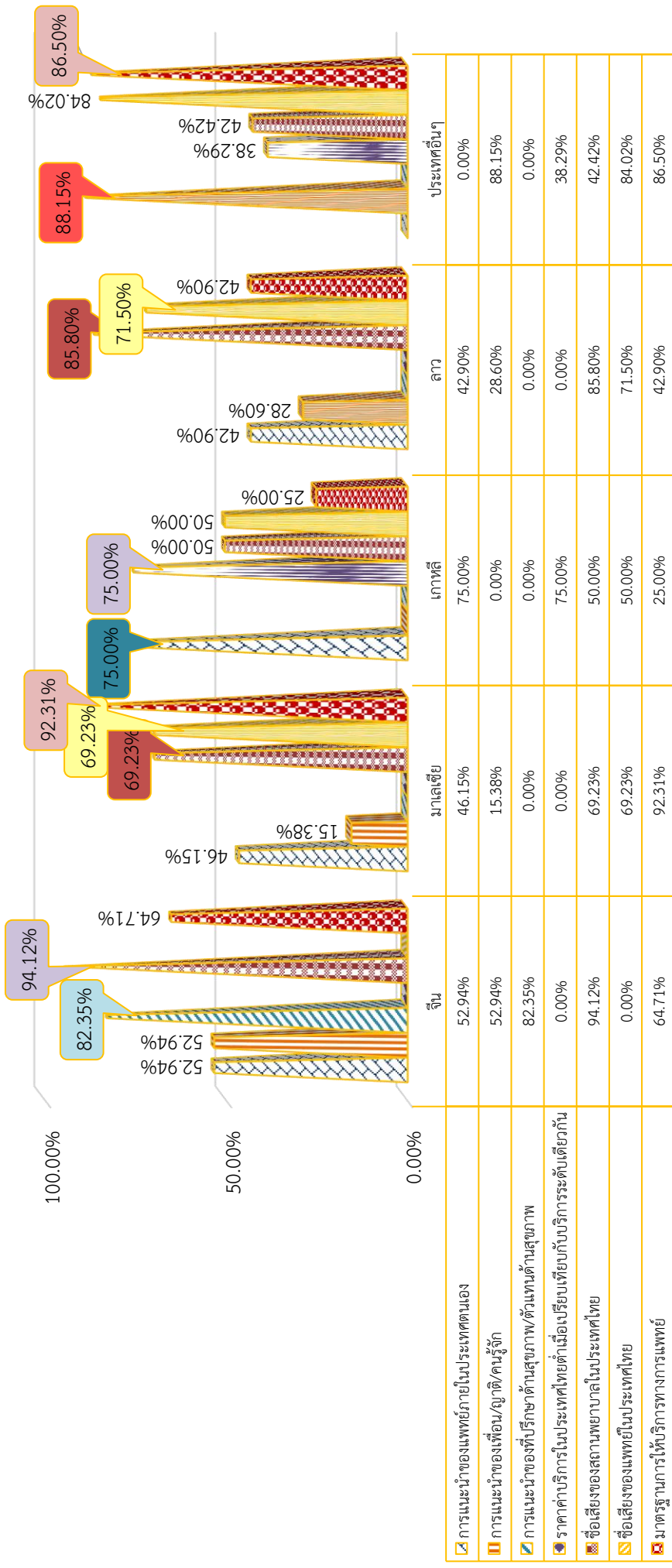
● ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวชาวลาว 5 อันดับแรก ได้แก่

- 1) ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 85.80)
- 2) ชื่อเสียงของแพทย์ในประเทศไทย (ร้อยละ 71.50)
- 3) การแนะนำของแพทย์ภายในประเทศตนเอง (ร้อยละ 42.90)
- 4) มาตรฐานการให้บริการทางการแพทย์ (ร้อยละ 42.90)
- 5) การแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก (ร้อยละ 28.60)

● กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไม่แสดงความเห็น (แผนภูมิที่ 4-10)

แผนภูมิที่ 4-10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการศึกษาแพทย์ในแต่ละสัญชาติ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการศึกษาแพทย์ในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการศึกษาแพทย์ในแต่ละสัญชาติ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการศึกษาแพทย์ในประเทศไทย



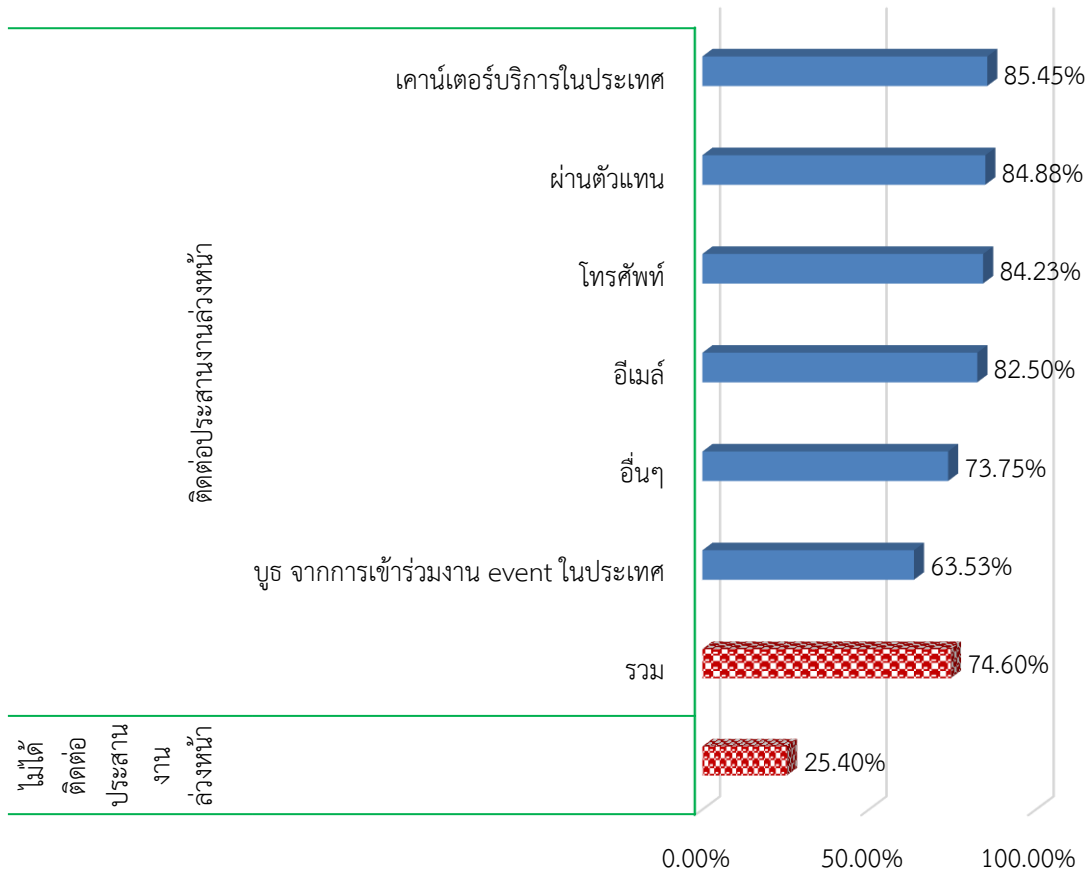
2.4 การติดต่อประสานงานกับสถานบริการด้านการแพทย์/ ตัวแทนสถานบริการด้านการแพทย์ ก่อนเดินทางมาใช้บริการในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.60) ติดต่อประสานงานล่วงหน้ากับสถานบริการด้านการแพทย์/ ตัวแทนสถานบริการทางการแพทย์ ก่อนเดินทางมาใช้บริการในประเทศไทย โดยใช้ช่องทางการติดต่อหลากหลายช่องทาง ดังนี้

- 1) แคนเตอร์บริการในประเทศ ได้รับความสะดวกในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 85.45)
- 2) ผ่านตัวแทน ได้รับความสะดวกในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 84.88)
- 3) โทรศัพท์ ได้รับความสะดวกในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 84.23)
- 4) อีเมล ได้รับความสะดวกในระดับดี (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 82.50)
- 5) บูธจากการร่วมงาน Event ในประเทศ ได้รับความสะดวกในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 63.53) (แผนภูมิที่ 4-11)

แผนภูมิที่ 4-11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามการติดต่อประสานงานกับสถานบริการด้านการแพทย์ตัวแทนสถานบริการด้านการแพทย์ก่อนเดินทางมาประเทศไทย และระดับค่าเฉลี่ยการอำนวยความสะดวกที่ได้รับ

**การติดต่อประสานงานกับสถานบริการด้านการแพทย์ตัวแทนสถานบริการ
 ด้านการแพทย์ก่อนเดินทางมาประเทศไทย**

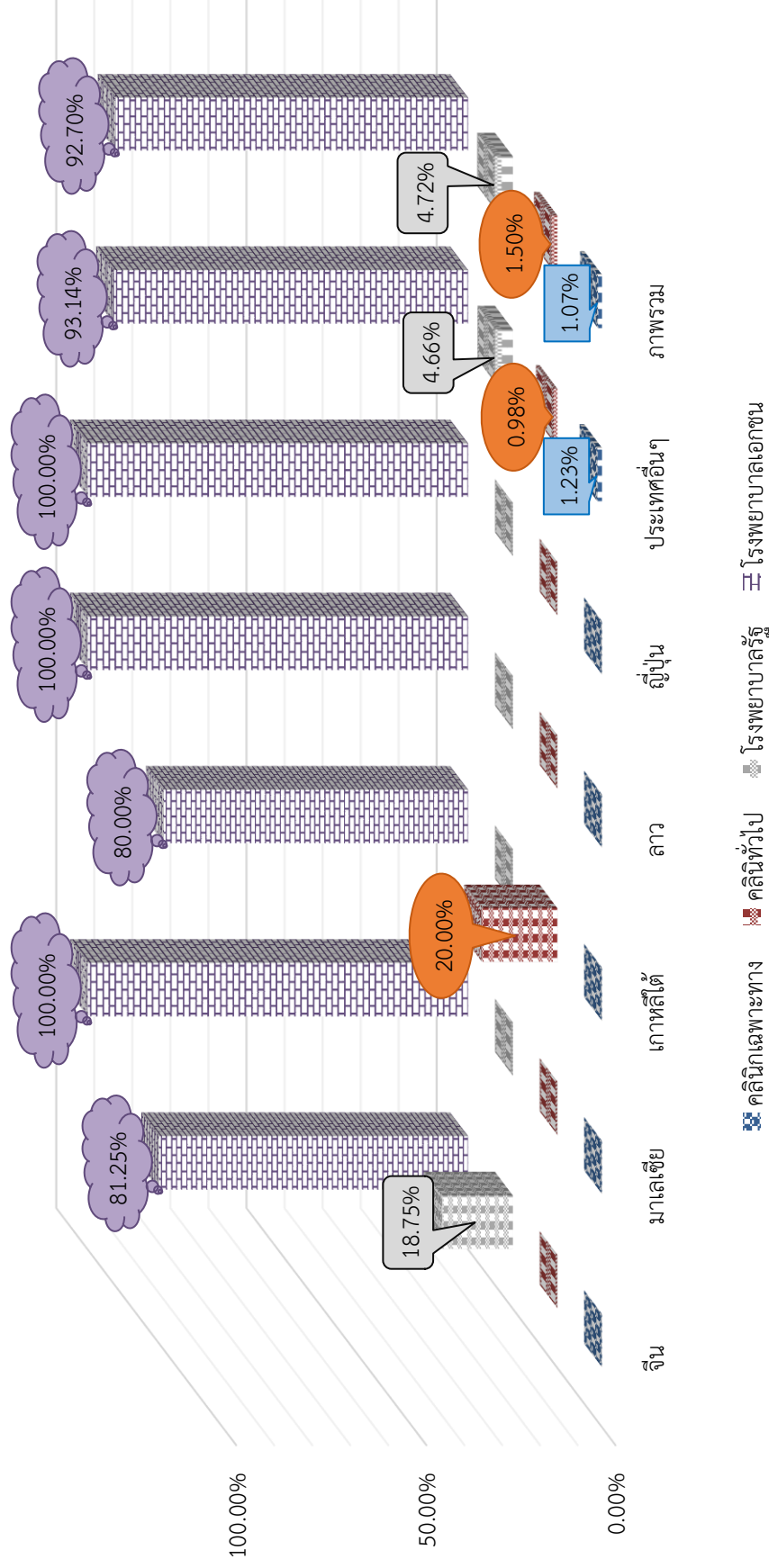


2.5 สถานบริการด้านการแพทย์หลักที่ใช้บริการในครั้งนี้

สถานบริการด้านการแพทย์หลักที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้บริการเป็นโรงพยาบาลเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 92.70) รองลงมา โรงพยาบาลรัฐ (ร้อยละ 4.72) คลินิกทั่วไป (ร้อยละ 1.50) และคลินิกเฉพาะทาง (ร้อยละ 1.07)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการ ประกอบด้วย จีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ลาว และญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ โดยใช้บริการทางการแพทย์กับโรงพยาบาลเอกชนเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนบางส่วน (ร้อยละ 18.70) ใช้บริการทางการแพทย์กับโรงพยาบาลรัฐ และนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่ใช้บริการทางการแพทย์กับคลินิกทั่วไป (ร้อยละ 20) (แผนภูมิที่ 4-12)

แผนภูมิที่ 4-12 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์หลักที่ใช้บริการในครั้งนี้
สถานบริการด้านการแพทย์หลักที่ใช้บริการในครั้งนี้



2.6 ประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้

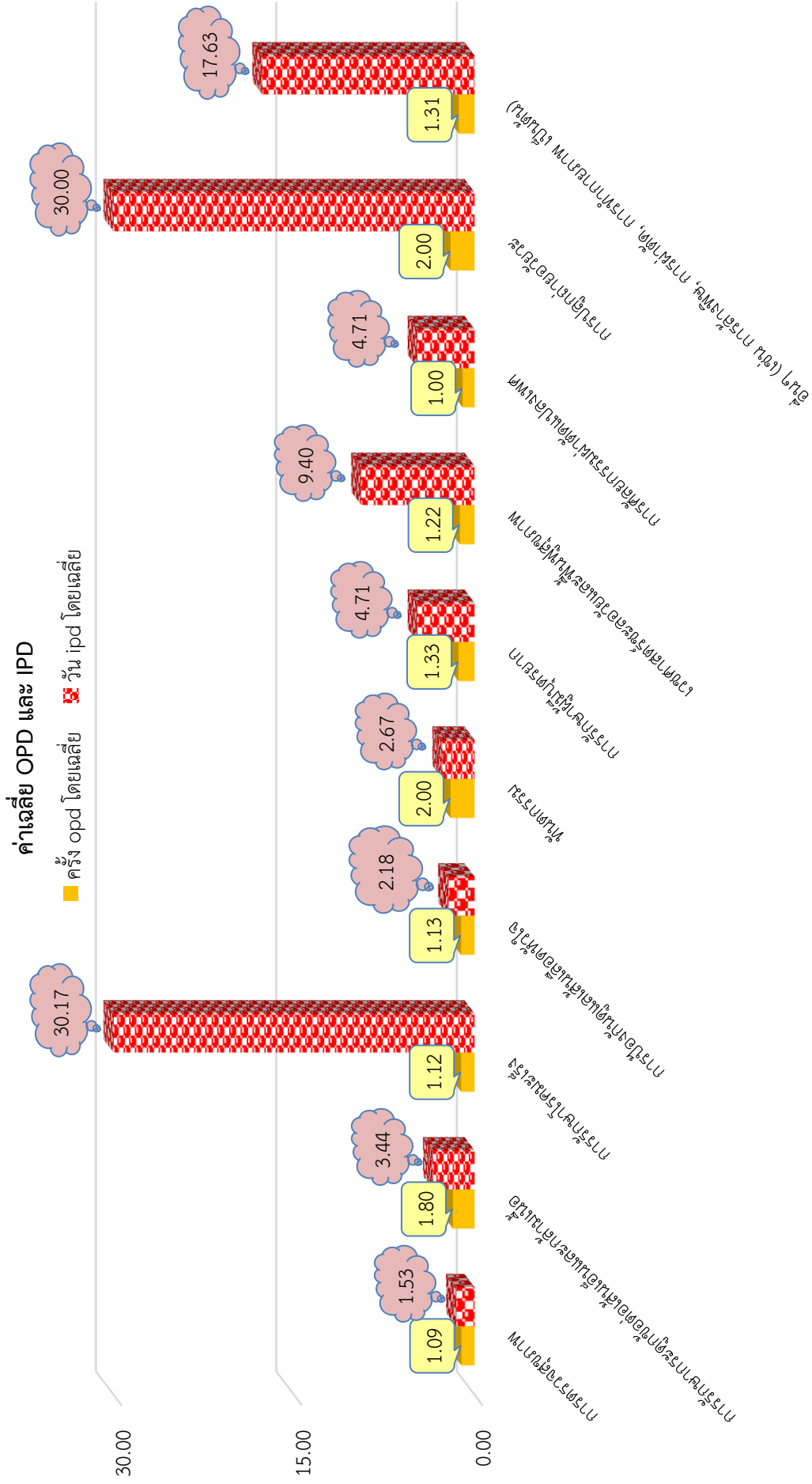
ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.21) โดยเป็นประเภท ผู้ป่วยนอก (OPD) เฉลี่ย 1.09 ครั้ง และผู้ป่วยใน (IPD) เฉลี่ย 1.53 วัน รองลงมา การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็น และกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 8.58) โดยเป็นประเภท OPD เฉลี่ย 1.80 ครั้ง และ IPD เฉลี่ย 3.44 วัน การรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 8.37) โดยเป็นประเภท OPD เฉลี่ย 1.12 ครั้ง และ IPD เฉลี่ย 30.17 วัน การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ (ร้อยละ 4.08) โดยเป็นประเภท OPD เฉลี่ย 1.13 ครั้ง และ IPD เฉลี่ย 2.18 วัน และทันตกรรม (ร้อยละ 4.08) โดยเป็นประเภท OPD เฉลี่ย 2.00 ครั้ง และ IPD เฉลี่ย 2.67 วัน ส่วนบริการด้านอื่นๆ มีสัดส่วนไม่สูงมาก (แผนภูมิที่ 4-13)

แผนภูมิที่ 4-13 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวยุโรปที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามประเภท บริการด้านการแพทย์ และค่าเฉลี่ย OPD และ IPD

ประเภทบริการด้านการแพทย์หลักที่ใช้บริการในครั้งนี้



แผนภูมิที่ 4-13 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการด้านแพทย์ จำแนกตามประเภท บริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการ และค่าเฉลี่ย OPD และ IPD (ต่อ)



2.6.1 ประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้อย่างจำแนกตามสัญชาติ

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนใช้บริการรักษาผู้มีบุตรยากในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 62.50) รองลงมา ใช้บริการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 18.75) ใช้บริการทันตกรรมกับการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 12.50 เท่ากัน) และใช้บริการเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ (ร้อยละ 6.25)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 35.00) รองลงมา บริการทันตกรรม (ร้อยละ 25.00) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจและการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 10.00 เท่ากัน)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ ใช้บริการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.0)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวลาวทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) ใช้บริการตรวจสุขภาพ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ใช้บริการเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ ใช้บริการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ และบริการสุขภาพ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 33.3)

(ตารางที่ 4-1)

ตารางที่ 4-1 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามสัญชาติ และประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการ

ประเภทบริการด้านการแพทย์หลักที่ใช้บริการในครั้งนี้อย่างจำแนกตามสัญชาติ	หน่วย: ร้อยละ						
	จีน	มาเลเซีย	เกาหลีใต้	ลาว	ญี่ปุ่น	ประเทศอื่นๆ	ภาพรวม
1) เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ	6.25	-	-	-	33.33	1.47	1.93
2) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ	-	10.00	-	-	-	4.17	4.08
3) การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ	18.75	10.00	-	-	-	8.58	8.58
4) ทันตกรรม	12.50	25.00	-	-	-	2.94	4.08
5) การรักษาผู้มีบุตรยาก	62.50	-	-	-	-	1.47	3.43
6) การรักษาโรคมะเร็ง	-	-	-	-	-	9.56	8.37
7) การปลูกถ่ายอวัยวะ	-	-	-	-	-	0.25	0.21
8) การศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ	12.50	-	60.00	-	33.33	-	1.50
9) การตรวจสุขภาพ	-	35.00	-	100.00	33.33	52.94	50.21
10) อื่นๆ (เช่น การล้างพิษ, การผ่าตัด, การทำกายภาพ เป็นต้น)	18.75	35.00	40.00	0.00	33.33	24.75	25.11

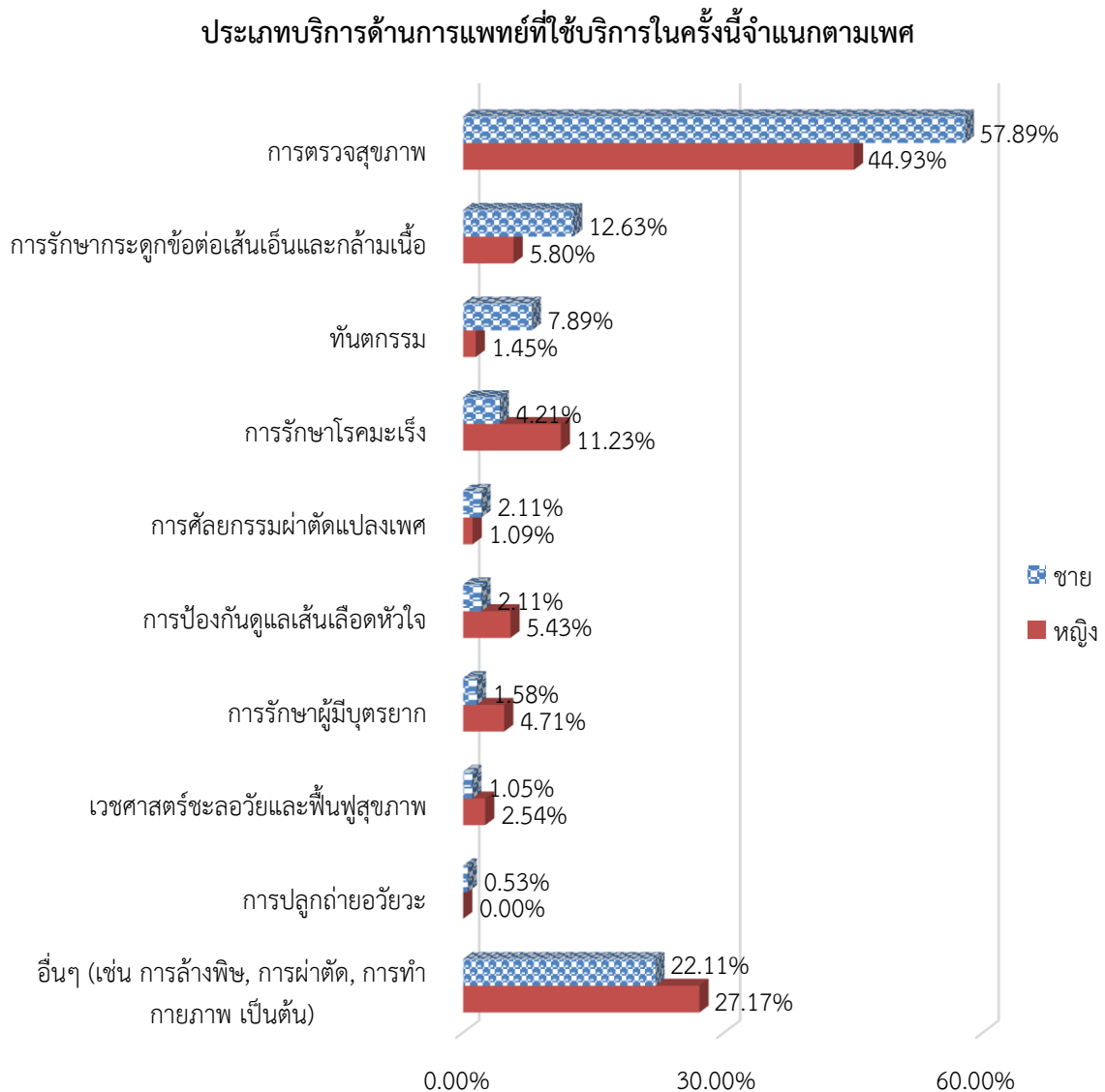
2.6.2 ประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้อย่างจำแนกตามเพศ

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพศชาย ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 57.89) รองลงมา ใช้บริการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 12.63) และบริการทันตกรรม (ร้อยละ 7.89) ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพศหญิง ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 44.93) รองลงมา ใช้บริการรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 11.23) การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 5.80) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ (ร้อยละ 5.43) และบริการรักษาผู้มีบุตรยาก (ร้อยละ 4.71) ตามลำดับ

(แผนภูมิที่ 4-14)

แผนภูมิที่ 4-14 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามเพศ และประเภทบริการทางการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้อย่างจำแนกตามเพศ



2.6.3 ประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้อย่างจำแนกตามช่วงอายุ

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี ใช้บริการตรวจสุขภาพ และรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 18.18 เท่ากัน)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงอายุ 15-24 ปี ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 42.86) รองลงมา การศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ (ร้อยละ 19.05) บริการรักษาผู้มีบุตรยาก และการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 9.52) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงอายุ 25-34 ปี ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 39.13) รองลงมา การรักษาโรคมะเร็ง และการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 10.14) และการรักษาผู้มีบุตรยาก (ร้อยละ 7.25) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงอายุ 35-44 ปี ใช้บริการตรวจสุขภาพ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 57.85) รองลงมา การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 9.92) และบริการรักษาผู้มีบุตรยาก (ร้อยละ 5.79) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงอายุ 45-54 ปี ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 60.63) รองลงมา การรักษาโรคมะเร็ง บริการทันตกรรม และการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 3.94) และเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ และการป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 2.36) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงอายุ 55-64 ปี ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 43.55) รองลงมา การรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 14.52) และการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 12.90) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่วงอายุ 65 ปีขึ้นไป ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 40.00) รองลงมา การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ (ร้อยละ 18.18) และบริการทันตกรรม (ร้อยละ 10.91) ตามลำดับ

(ตารางที่ 4-2)

ตารางที่ 4-2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามช่วงอายุ และประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้

หน่วย: ร้อยละ

ประเภทบริการด้านการแพทย์หลัก ที่ใช้บริการในครั้งนี้	อายุ						
	ต่ำกว่า 15 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปี ขึ้นไป
1) เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ	-	-	1.45	1.65	2.36	1.61	3.64
2) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ	-	-	2.90	0.83	2.36	4.84	18.18
3) การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและ กล้ามเนื้อ	18.18	9.52	10.14	9.92	3.94	12.90	7.27
4) ทันตกรรม	-	4.76	5.80	2.48	3.94	-	10.91
5) การรักษาผู้มีบุตรยาก	-	9.52	7.25	5.79	0.79	-	1.82
6) การรักษาโรคมะเร็ง	-	-	10.14	3.31	3.94	14.52	7.27
7) การปลูกถ่ายอวัยวะ	-	-	-	-	-	-	1.82
8) การศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ	-	19.05	4.35	-	-	-	0.00
9) การตรวจสุขภาพ	18.18	42.86	39.13	57.85	60.63	43.55	40.00
10) อื่นๆ (เช่น การล้างพิษ, การผ่าตัด, การทำกายภาพ เป็นต้น)	63.64	28.57	26.09	23.97	25.20	24.19	18.18

2.6.4 ประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้ จำแนกตามช่วงรายได้/ เดือน

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 43.17) รองลงมา การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ (ร้อยละ 7.91) และการรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 7.19) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 1,000 - 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 51.81) รองลงมา การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 10.24) และการรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 8.43) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 5,001 - 9,999 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 57.81) รองลงมา การรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 10.94) และการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 9.38) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 10,000 - 25,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 41.46) รองลงมา การรักษาโรคมะเร็ง บริการทันตกรรม และการรักษากระดูกข้อต่อ เส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 9.76 เท่ากัน) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 25,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 57.69) รองลงมา การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 15.38) และการรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 7.69) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้มากกว่า 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ เดือนขึ้นไป ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 63.33) รองลงมา การรักษา

กระดุกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 13.33) และการรักษาโรคมะเร็ง และบริการทันตกรรมในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 6.67) ตามลำดับ
 (ตารางที่ 4-3)

ตารางที่ 4-3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามรายได้/เดือน และประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้

หน่วย: ร้อยละ

ประเภทบริการด้านการแพทย์ หลักที่ใช้บริการในครั้งนี้	รายได้ต่อเดือน					
	ต่ำกว่า US\$ 1,000	US\$ 1,000- 5,000	US\$ 5,001- 9,999	US\$ 10,000- 25,000	US\$25,001- 50,000	สูงกว่า US\$ 50,000
1) เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ	2.16	1.20	1.56	4.88	0.00	3.33
2) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ	7.91	1.20	3.13	4.88	3.85	3.33
3) การรักษากระดุกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ	3.60	10.24	9.38	9.76	15.38	13.33
4) บริการทันตกรรม	1.44	4.82	3.13	9.76	3.85	6.67
5) บริการรักษาผู้มีบุตรยาก	2.88	4.22	6.25	2.44	0.00	0.00
6) การรักษาโรคมะเร็ง	7.19	8.43	10.94	9.76	7.69	6.67
7) การปลูกถ่ายอวัยวะ	0.72	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
8) การศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ	2.88	1.81	0.00	0.00	0.00	0.00
9) การตรวจสุขภาพ	43.17	51.81	57.81	41.46	57.69	63.33
10) อื่นๆ (เช่น การล้างพิษ, การผ่าตัด, การทำกายภาพ เป็นต้น)	30.22	22.89	14.06	29.27	30.77	26.67

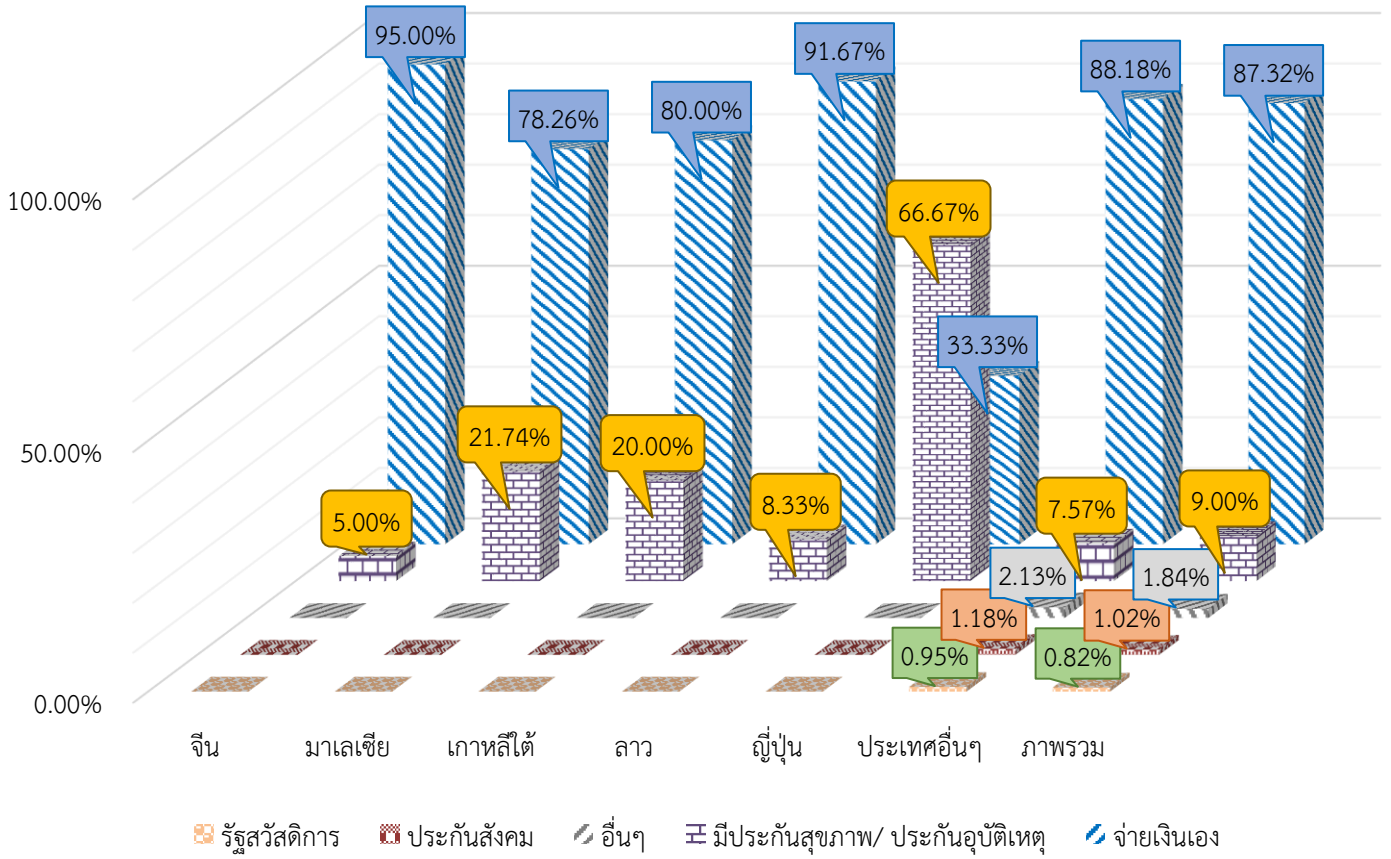
2.7 รูปแบบการจ่ายเงินค่าใช้บริการด้านการแพทย์/ การรักษาพยาบาล

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.32) จ่ายเงินเอง เพื่อเป็นค่าใช้บริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาล มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 9.00) ที่มีประกันสุขภาพ/ ประกันอุบัติเหตุ นอกนั้นใช้สิทธิรัฐสวัสดิการ (ร้อยละ 0.82) และสิทธิประกันสังคม (ร้อยละ 1.02)

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และลาว ส่วนใหญ่จ่ายเงินเองเพื่อเป็นค่าบริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาล (ร้อยละ 95.00, 78.26, 80.00, และ 91.67 ตามลำดับ)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.67) มีประกันสุขภาพ/ ประกันอุบัติเหตุ เพื่อเป็นค่าบริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาล (แผนภูมิที่ 4-15)

แผนภูมิที่ 4-15 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามสัญชาติ
 และรูปแบบการจ่ายเงินค่าใช้บริการด้านการแพทย์การรักษาพยาบาล

รูปแบบการจ่ายเงินค่าใช้บริการด้านการแพทย์การรักษาพยาบาล



2.8 ระดับความคุ้มค่าในการใช้บริการด้านการแพทย์/ การรักษาพยาบาลในประเทศไทย

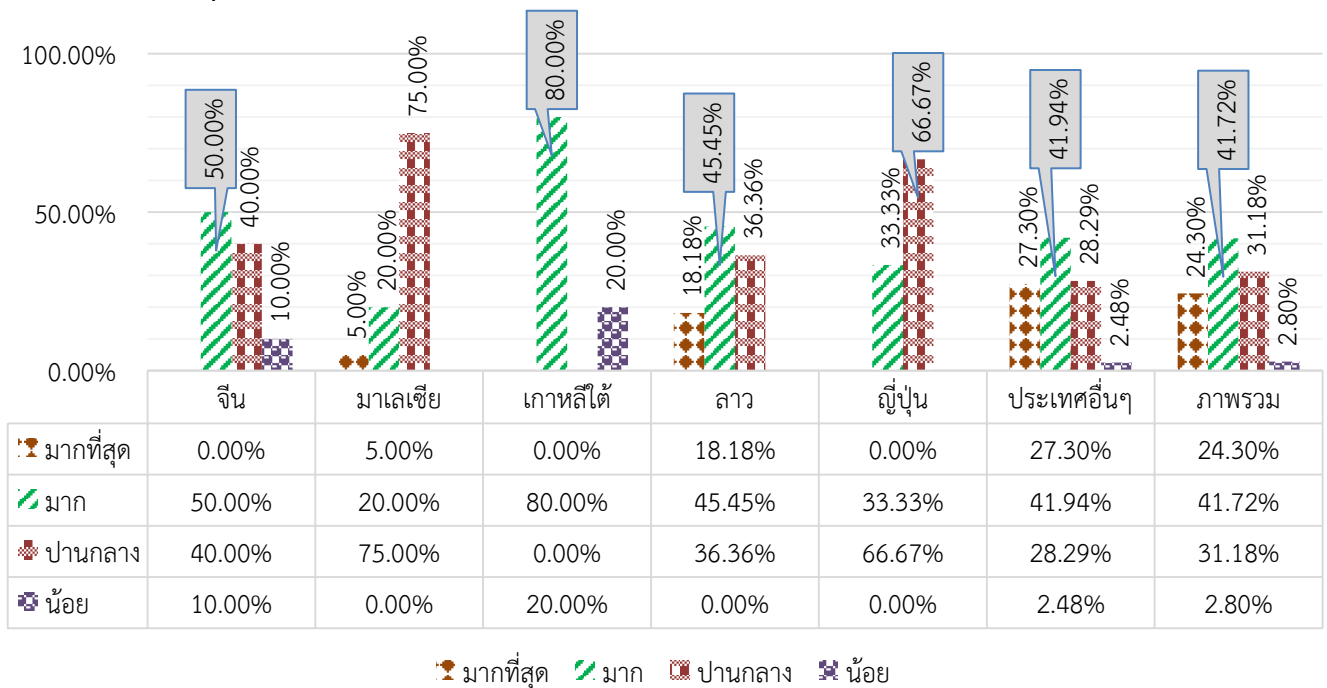
กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ มีความเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาลในประเทศไทยมีความคุ้มค่าอยู่ในระดับมาก ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 41.72) และอยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 24.30) ในขณะที่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 31.18 และอยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 2.80

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน เห็นว่ามีความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากขึ้นไป และระดับน้อยและปานกลางมีสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจีน เห็นว่าค่ารักษาพยาบาลสูงเกินไป เมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และญี่ปุ่น เห็นว่ามีความคุ้มค่าอยู่ในระดับปานกลางลงมา ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 75.00 และร้อยละ 66.67 ตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยว เห็นว่าค่ารักษาพยาบาลสูงเกินไป เมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ และลาว เห็นว่ามีความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากขึ้นไป ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 80.00 และ ร้อยละ 63.63 ตามลำดับ)

(แผนภูมิที่ 4-16)

แผนภูมิที่ 4-16 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามสัญชาติ และความเห็นด้านระดับความคุ้มค่าในการใช้บริการด้านการแพทย์/ การรักษาพยาบาลในประเทศไทย

ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการด้านการแพทย์/ การรักษาพยาบาลในประเทศไทย



2.9 ความต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุง/เพิ่มเติม

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ มีความต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุง/เพิ่มเติมในการให้บริการด้านการแพทย์ 5 อันดับแรก ได้แก่

- 1) ขยายระยะเวลาของวีซ่าให้ยาวนานขึ้น (ร้อยละ 35.44)
- 2) ล่ามภาษา (ร้อยละ 29.11)
- 3) ช่องทางการติดต่อสถานพยาบาลให้มีความสะดวก ง่าย และรวดเร็ว (ร้อยละ 28.27)
- 4) ความพร้อมด้านเครื่องมือแพทย์ (ร้อยละ 14.77)
- 5) แพทย์เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (ร้อยละ 12.87)

(แผนภูมิที่ 4-17)

แผนภูมิที่ 4-17 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามความต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุง/เพิ่มเติมการให้บริการด้านการแพทย์
สิ่งที่ต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุง/เพิ่มเติม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการในการมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยในครั้งต่อไป



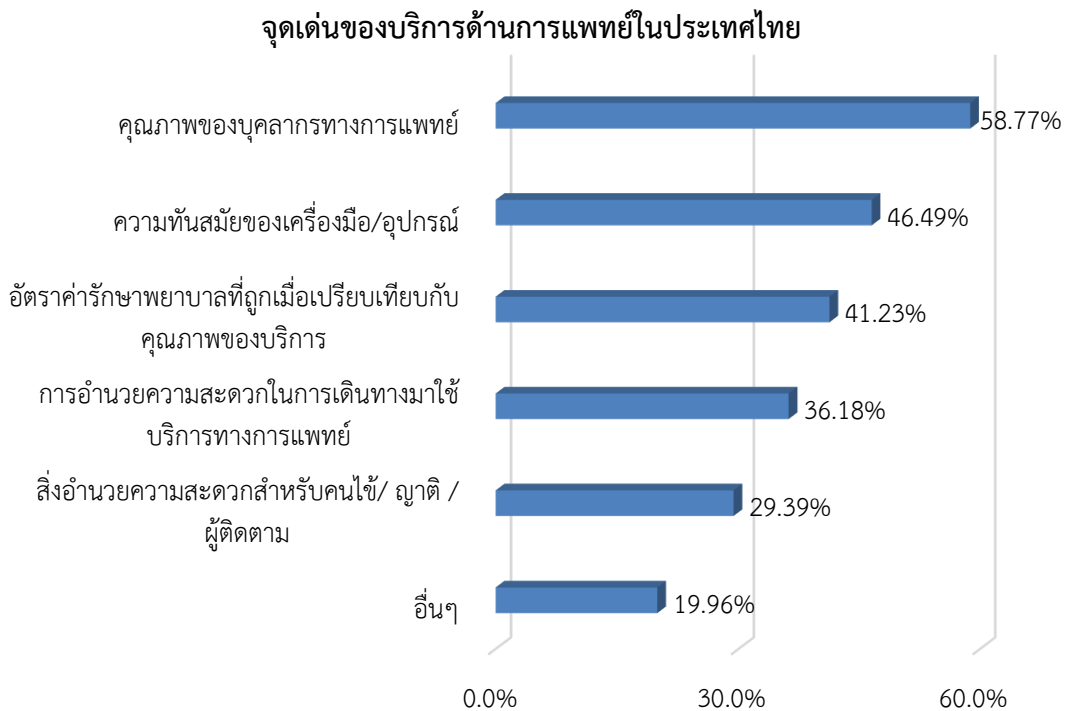
2.10 จุดเด่นของบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ มีความเห็นว่าบริการทางการแพทย์ของประเทศไทยมีจุดเด่น 5 อันดับแรก ดังนี้

- 1) คุณภาพของบุคลากรทางการแพทย์ (ร้อยละ 58.77)
- 2) ความทันสมัยของเครื่องมือ/อุปกรณ์ (ร้อยละ 46.49)
- 3) อัตราค่ารักษาพยาบาลที่ถูกเปรียบเทียบกับคุณภาพของบริการ (ร้อยละ 41.23)
- 4) การอำนวยความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ (ร้อยละ 36.18)
- 5) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนไข้/ญาติ/ผู้ติดตาม (ร้อยละ 29.39)

(แผนภูมิที่ 4-18)

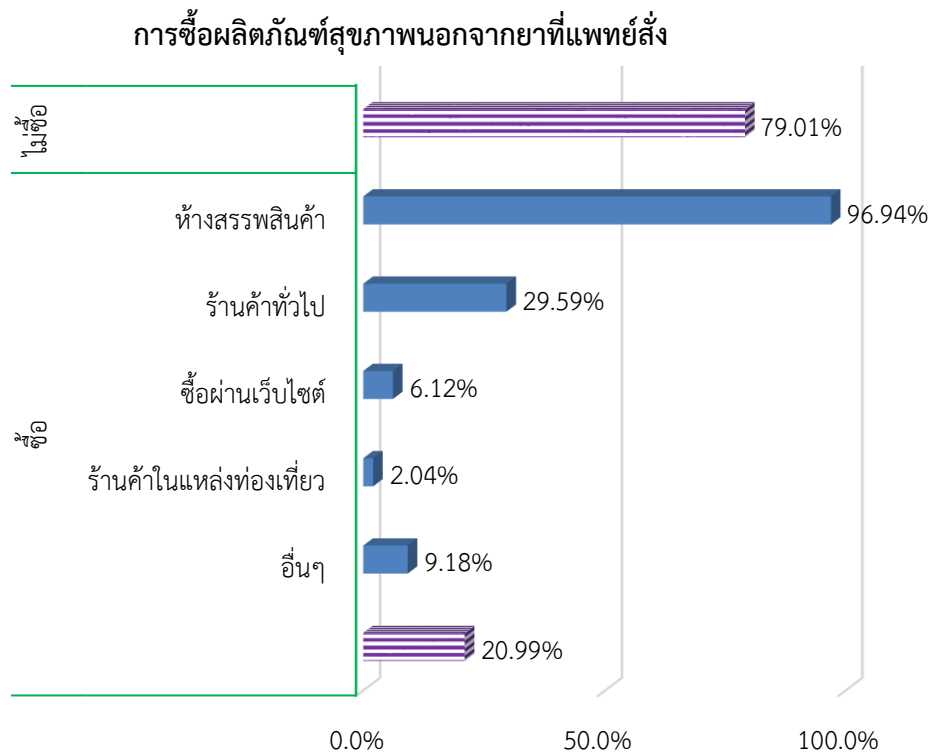
แผนภูมิที่ 4-18 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามจุดเด่นของบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย



2.11 การซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.01) ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 20.99) ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยซื้อจากห้างสรรพสินค้า เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 96.94) รองลงมา ร้านค้าทั่วไป (ร้อยละ 29.59) และซื้อผ่านเว็บไซต์ (ร้อยละ 6.12) ส่วนร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 2.04) ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-19)

แผนภูมิที่ 4-19 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและแหล่งที่ซื้อ



2.12 การกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีกในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.86) จะกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ แสดงถึงความประทับใจในการใช้บริการด้านการแพทย์ของประเทศไทย

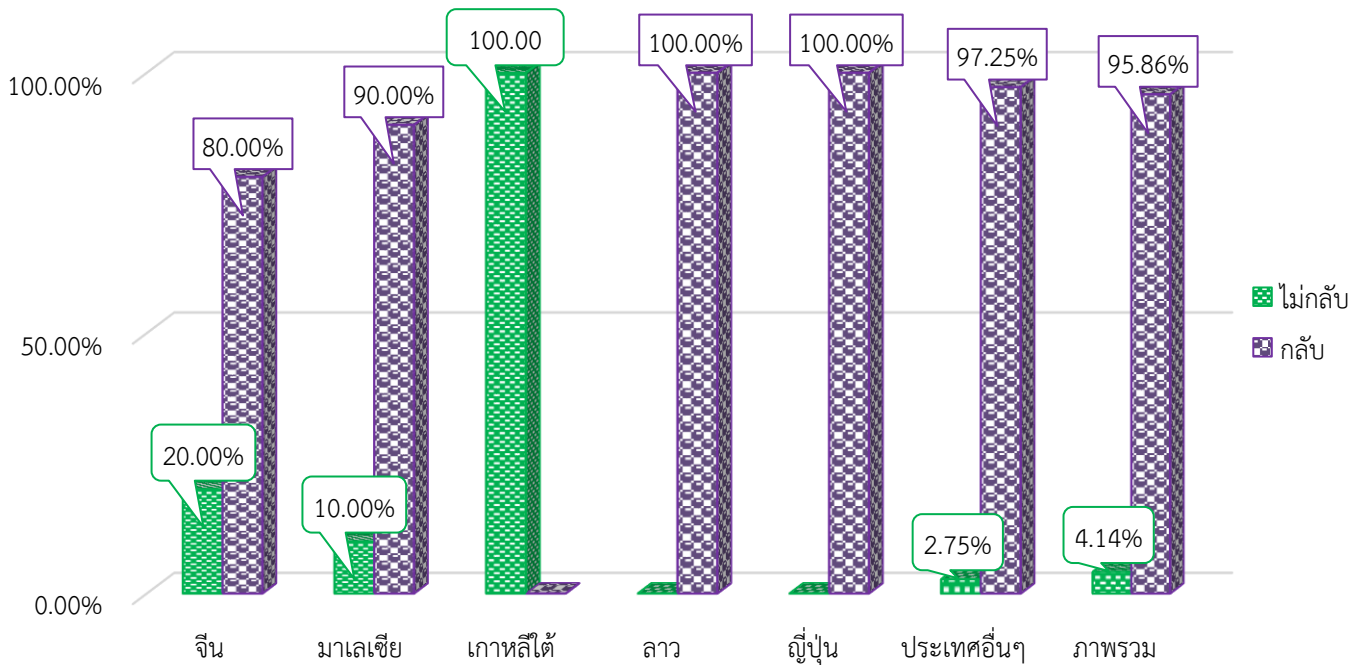
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาว จีน มาเลเซีย ลาว และญี่ปุ่น รวมทั้งประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่ จะกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) ไม่กลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ

(แผนภูมิที่ 4-20)

แผนภูมิที่ 4-20 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในแต่ละสัญชาติ
 จำแนกตามการกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีกในอนาคต

การกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีกในอนาคต



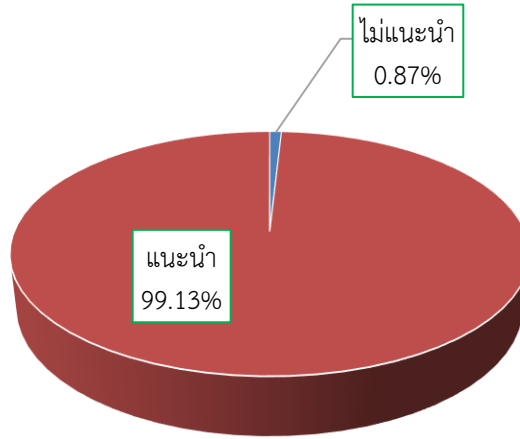
2.13 ปัญหาอุปสรรคที่ประสบในการเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์บางส่วน มีความเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่ประสบในการเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยในด้านการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวต้องดูแลนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการทางการแพทย์ที่เป็นกลุ่มใหญ่ส่งผลให้การดูแลค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนเงินที่จ่ายไป

2.14 การแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จักให้มาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 99.13) จะแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จักให้มาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย แสดงถึงความประทับใจในการใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย จึงทำให้เกิดการบอกต่อ (แผนภูมิที่ 4-21)

แผนภูมิที่ 4-21 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม
การแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จักให้มาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย
การจะแนะนำญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก มาใช้บริการด้านการแพทย์ ในประเทศไทย

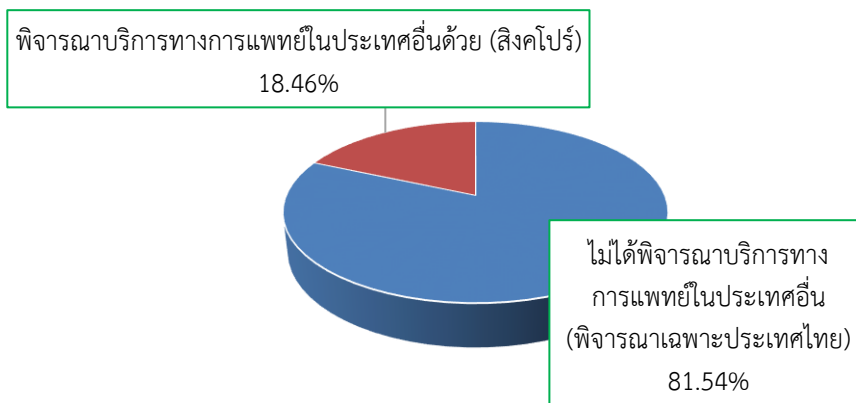


2.15 การพิจารณาเลือกประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศไทย เพื่อใช้บริการด้านการแพทย์

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 81.54) ไม่ได้พิจารณาเลือกประเทศอื่นเพื่อใช้บริการด้านการแพทย์ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 18.46) ที่พิจารณาเลือกประเทศอื่นด้วย เช่น สิงคโปร์ เป็นต้น (แผนภูมิที่ 4-22)

แผนภูมิที่ 4-22 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตาม
การพิจารณาเลือกประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศไทย เพื่อใช้บริการด้านการแพทย์

การพิจารณาประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศไทย ในกรณีที่ตั้งใจ เดินทางไปใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ

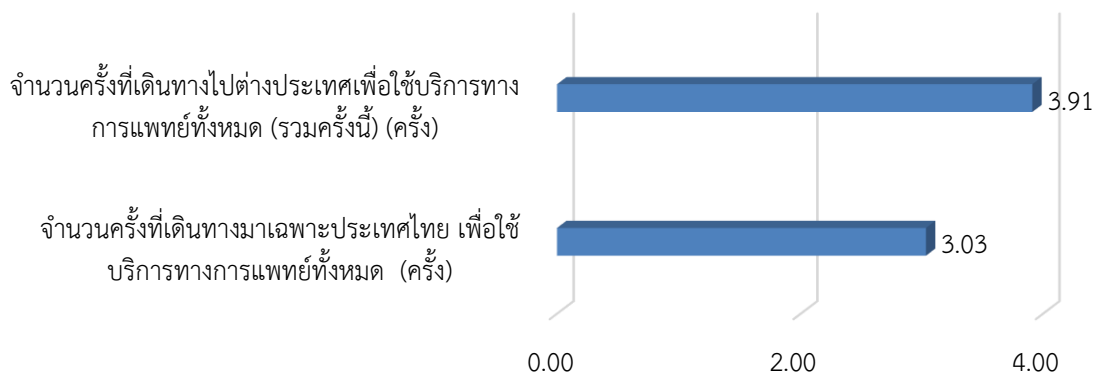


2.16 จำนวนครั้งในการเดินทางเพื่อใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ และในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2562

ในระหว่างปี พ.ศ. 2559-2562 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์เดินทางไปใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ เฉลี่ย 3.91 ครั้ง ซึ่งในส่วนนี้เป็นการเดินทางมาประเทศไทย เฉลี่ย 3.03 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 77.49 ของการไปใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ (แผนภูมิที่ 4-23)

แผนภูมิที่ 4-23 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำแนกตามจำนวนครั้งเฉลี่ยในการเดินทางเพื่อใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ และในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2562

การใช้บริการด้านการแพทย์/ การรักษาพยาบาลในต่างประเทศ



2.17 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์

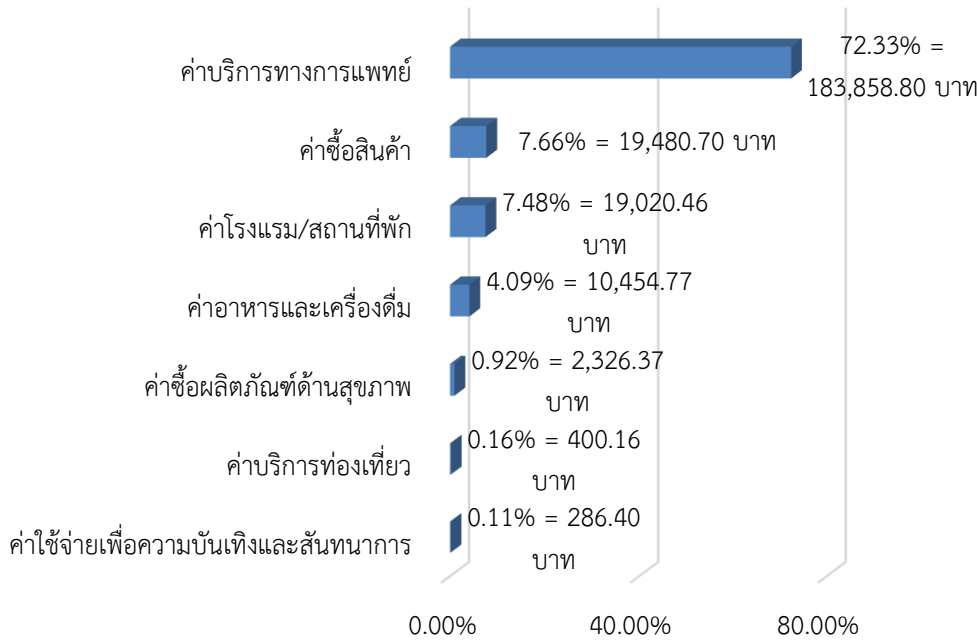
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจจำนวน 475 คน เป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ จำนวน 426 ตัวอย่าง (ร้อยละ 89.68) และกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจมาใช้บริการ จำนวน 49 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.32) โดยในกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ จะไม่ได้มีการนัดหมายกับสถานพยาบาลล่วงหน้า สาเหตุที่ใช้บริการ เช่น ประสบอุบัติเหตุ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ชักชวน เป็นต้น โดยประเภทบริการที่ใช้เป็นโรคที่ไม่รุนแรง เช่น ทันตกรรม การรักษากระดูกข้อต่อ เส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ การตรวจสุขภาพ เป็นต้น

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางมาประเทศไทยเพื่อใช้บริการด้านการแพทย์ในครั้งนี้เฉลี่ย 254,202.46 บาท/ คน/ ทริป ในขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีค่าใช้จ่าย 49,141.58 บาท/ คน/ ทริป¹ จึงเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวไปถึง 5.17 เท่า โดยเป็นค่าใช้บริการทางการแพทย์ จำนวน 183,858.80 บาท คิดเป็นร้อยละ 72.33 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในขณะที่ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพมีสัดส่วนไม่สูงมาก (ร้อยละ 0.92) นอกนั้นเป็นค่าใช้จ่ายด้านการเดินทาง ค่าโรงแรม/ สถานที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซื้อสินค้า ฯลฯ ซึ่งสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วไป (แผนภูมิที่ 4-24 และตารางที่ 4-4)

¹ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. รายงานสถิตินักท่องเที่ยว ปี 2561

แผนภูมิที่ 4-24 จำนวนเงินและสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในภาพรวม

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวม



เมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทของบริการด้านการแพทย์ที่ใช้พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนถ่ายอวัยวะ มีค่ารักษาสูงสุด ประมาณ 2,010,000 บาท/คน รองลงมาเป็น ค่ารักษาโรคมะเร็ง 705,521.22 บาท/คน ค่าศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ 502,761.29 บาท/คน การรักษาผู้มีบุตรยาก 484,562.50 บาท/คน ในขณะที่ การตรวจสุขภาพซึ่งนักท่องเที่ยวใช้บริการในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.21) มีค่าใช้จ่ายเพียง 26,253.67 บาท/คน เท่านั้น

สำหรับค่าใช้จ่ายด้านบริการด้านการแพทย์เฉลี่ย/คน/ทริป (เฉพาะผู้ที่ใช้บริการ) เป็นดังนี้

1) ค่าการเปลี่ยนถ่ายอวัยวะ	เป็นเงิน	2,010,000.00	บาท
(2) ค่าการรักษาโรคมะเร็ง	เป็นเงิน	705,521.22	บาท
(3) ค่าการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ	เป็นเงิน	502,761.29	บาท
(4) ค่าการรักษาผู้มีบุตรยาก	เป็นเงิน	484,562.50	บาท
(5) ค่าการป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ	เป็นเงิน	139,989.47	บาท
(6) ค่าการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ	เป็นเงิน	124,150.40	บาท
(7) ค่าทันตกรรม	เป็นเงิน	29,023.33	บาท
(8) ค่าการตรวจสุขภาพ	เป็นเงิน	26,253.67	บาท
(9) ค่าเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ	เป็นเงิน	15,055.56	บาท

สำหรับค่าใช้จ่ายซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของคนที่ยื่นขึ้นพบว่า เป็นค่ายาใช้ภายใน มากที่สุด 9,683.91 บาท/คน รองลงมา ค่ายาใช้ภายนอก 4,300 บาท/คน ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/เครื่องสำอาง 4,003.03 บาท/คน รายละเอียดดังนี้

- | | | | |
|--|----------|----------|-----|
| 1) ค่ายาใช้ภายใน (ร้อยละ 36.07 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร) | เป็นเงิน | 9,683.91 | บาท |
| 2) ค่ายาใช้ภายนอก (ร้อยละ 36.07 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร) | เป็นเงิน | 4,300.00 | บาท |
| 3) ค่าผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/เครื่องสำอาง (ร้อยละ 28.07 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร) | เป็นเงิน | 4,003.03 | บาท |
| 4) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ร้อยละ 15.15 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร) | เป็นเงิน | 3,255.56 | บาท |
| 5) อาหารเสริม (ร้อยละ 9.26 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร) | เป็นเงิน | 1,968.75 | บาท |

(ตารางที่ 4-4)

ตารางที่ 4-4 จำนวนเงินและสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยว
 ชาวต่างชาติ จำแนกตามกลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการและกลุ่มที่ไม่ตั้งใจมาใช้บริการ

รายการ	ตั้งใจมาใช้บริการตั้งแต่ออกเดินทาง (426 ตัวอย่าง)			ไม่ได้ตั้งใจมาใช้บริการ (49 ตัวอย่าง)			ภาพรวม (475 ตัวอย่าง)	
	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคนที่ใช้ บริการ (บาท/คน)	สัดส่วนคน ที่ใช้บริการ	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อคน (บาท/คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคนที่ใช้ บริการ (บาท/คน)	สัดส่วนคน ที่ใช้ บริการ	ค่าเฉลี่ยต่อคน (บาท/คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคนที่ใช้ บริการ (บาท/คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคน (บาท/คน)
1) ค่าเครื่องบิน	19,217.44	96.48	18,540.77	19,591.48	89.80	17,592.35	19,253.61	18,442.93
2) ค่าโรงแรม/ค่าสถานที่พัก	19,034.24	100.00	19,034.24	18,900.67	100.00	18,900.67	19,020.46	19,020.46
3) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	10,317.88	100.00	10,317.88	10,984.29	100.00	10,984.29	10,386.63	10,386.63
4) ค่าซื้อสินค้า (ไม่รวมค่าซื้อ ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ)	28,525.98	73.47	20,959.23	11,596.43	57.14	6,626.53	27,135.87	19,480.70
5) ค่าบริการท่องเที่ยว	2,797.00	10.56	295.46	5,837.27	22.45	1,310.41	3,394.20	400.16
6) ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง และสันทนาการ	3,951.67	4.23	166.97	4,993.08	26.53	1,324.69	4,388.39	286.40
7) บริการทางการแพทย์								183,858.80
7.1) เวชศาสตร์ชะลอวัยและ ฟื้นฟูสุขภาพ	13,428.57	1.64	220.66	20,750.00	4.08	846.94	15,055.56	285.26
7.2) การป้องกันดูแลเส้นเลือด หัวใจ	139,989.47	4.46	6,243.66	-	-	-	139,989.47	5,599.58
7.3) การรักษากระดูกข้อต่อ เส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ	131,691.39	7.75	10,201.45	88,600.00	14.29	12,657.14	124,150.40	10,454.77
7.4) ทันตกรรม	30,763.08	3.05	938.78	24,500.00	10.20	2,500.00	29,023.33	1,099.83
7.5) การรักษาผู้มีบุตรยาก	484,562.50	1.64	7,962.29	-	-	-	484,562.50	7,140.92
7.6) การรักษาโรคมะเร็ง	705,521.22	8.69	61,277.66	-	-	-	705,521.22	54,956.39
7.7) การปลูกถ่ายอวัยวะ	2,010,000.00	0.47	9,436.62	-	-	-	2,010,000.00	8,463.16
7.8) การศัลยกรรมผ่าตัดแปลง เพศ	502,761.29	1.41	7,081.14	-	-	-	502,761.29	6,350.67
7.9) การตรวจสุขภาพ	23,928.13	53.05	12,694.27	46,962.10	59.18	27,793.89	26,253.67	14,094.08
7.10) อื่น ๆ ระบุ (เช่น เปลี่ยน ลิ้นหัวใจ, ปอดติดเชื้อ, อุบัติเหตุ)	358,193.27	22.30	79,878.78	157,509.09	22.45	35,359.18	337,940.73	75,414.14
8) ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ								
8.1) ยาใช้ภายนอก	4,809.38	7.51	361.27	1,243.75	10.20	126.91	4,300.00	334.95
8.2) ยาใช้ภายใน	10,795.32	13.85	1,495.13	1,745.29	16.33	284.94	9,683.91	1,365.94
8.3) ผลิตภัณฑ์เสริม ความ งาม/ เครื่องสำอาง	3,987.50	10.09	402.49	4,500.00	6.12	275.51	4,003.03	387.66
8.4) อาหารเสริม	1,955.00	4.46	87.19	1,900.00	4.08	77.55	1,968.75	87.04
8.5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	4,683.33	3.29	153.91	2,541.67	16.33	414.97	3,255.56	150.78
รวม 1) - 8)			267,749.86			137,075.98		254,202.46

2.18 ประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในภาพรวม ของประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 38,178,194 คน และจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2555 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา² พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 1.6 มีวัตถุประสงค์หลักมาใช้บริการด้านการแพทย์ก่อนเดินทางมาประเทศไทย ดังนั้นในการประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์จึงใช้สัดส่วนดังกล่าวในการประมาณการจำนวนผู้มาใช้บริการด้านการแพทย์ทั้งหมด ซึ่งสามารถประมาณได้ว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยในปี 2561 จำนวน 610,851 คน รวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์ทั้งสิ้นประมาณ 112,331.25 ล้านบาท โดยเป็นค่าการรักษาโรคมะเร็งในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 29.90) รองลงมา เป็นค่าการตรวจสุขภาพ (ร้อยละ 7.66) ค่ารักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 5.69) ค่าการรักษาผู้มีบุตรยาก (ร้อยละ 3.88) ค่าการปลูกถ่ายอวัยวะ (ร้อยละ 4.61) ค่าการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ (ร้อยละ 3.46) ตามลำดับ

ในปี 2561 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางการแพทย์มีมูลค่า 1,421.02 ล้านบาท โดยเป็นการซื้อยาภายในมากที่สุด (ร้อยละ 58.72) รองลงมา ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/เครื่องสำอาง (ร้อยละ 16.66) ยาใช้ภายนอก (ร้อยละ 14.39) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ร้อยละ 6.49) และอาหารเสริม (ร้อยละ 3.74) ตามลำดับ

ในปี 2561 เมื่อรวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์ และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางการแพทย์ จะมีมูลค่าประมาณ 113,752.28 ล้านบาท

(ตารางที่ 4-5)

สำหรับในปี 2562 สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 39.5 ล้านคน และเมื่อนำผลจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2555 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มาประมวลผลในแนวทางเดียวกับปี 2561 สามารถประมาณได้ว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยในปี 2562 จำนวน 632,000 คน รวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์ทั้งสิ้นประมาณ 121,917.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 8.53 และประมาณการค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางการแพทย์มีมูลค่า 1,430.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 0.64 รวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพประมาณ 123,348.01 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 พบว่าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.44

(ตารางที่ 4-6)

² สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ ตามแนวทางพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย.

ตารางที่ 4-5 ประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2561

รายการ	หน่วย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเฉพาะผู้ใช้บริการด้าน การแพทย์ และซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ แต่ละรายการ (บาท/คน)	จำนวน ผู้ใช้บริการด้านการแพทย์และซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ (ประมาณการจากสัดส่วน ผู้ใช้บริการแต่ละรายการ)(คน)	ประมาณการค่าใช้จ่าย บริการ ด้าน การแพทย์และซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ แต่ละรายการ(บาท)	สัดส่วนรายได้จากการ ให้บริการด้านการแพทย์ และซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ (%)
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดในปี 2561	38,178,194				
ร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการด้านการแพทย์	1.6				
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการด้านการแพทย์	610,851				
บริการด้านการแพทย์				112,331,250,039.26	100.00
1) เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ		15,055.56	11,556	173,982,051.36	0.15
2) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ		139,989.47	24,434	3,420,502,709.98	3.05
3) การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ		124,150.40	51,462	6,389,027,884.80	5.69
4) ทันตกรรม		29,023.33	23,136	671,483,762.88	0.60
5) การรักษาผู้มีบุตรยาก		484,562.50	8,985	4,353,794,062.50	3.88
6) การรักษาโรคมะเร็ง		705,521.22	47,607	33,587,748,720.54	29.90
7) การปลูกถ่ายอวัยวะ		2,010,000.00	2,575	5,175,750,000.00	4.61
8) การศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ		502,761.29	7,725	3,883,830,965.25	3.46
9) การตรวจสุขภาพ		26,253.67	327,919	8,609,077,212.73	7.66
10) อื่น ๆ ระบุ (เช่น เปลี่ยนลิ้นหัวใจ, ปอดติดเชื้อ, อุบัติเหตุ)		337,940.73	136,314	46,066,052,669.22	41.00
ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ				1,421,029,981.64	100.00
1) ยาใช้ภายนอก		4,300.00	47,570	204,551,000.00	14.39
2) ยาใช้ภายใน		9,683.91	86,166	834,423,789.06	58.72
3) ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง		4,003.03	59,133	236,711,172.99	16.66
4) อาหารเสริม		1,968.75	27,005	53,166,093.75	3.74
5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ		3,255.56	28,314	92,177,925.84	6.49
รวมบริการด้านการแพทย์ และค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ				113,752,280,020.90	

ตารางที่ 4-6 ประเมินการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2562

รายการ	หน่วย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเฉพาะผู้ใช้บริการด้าน การแพทย์ และซื้อผลิตภัณฑ์ด้าน สุขภาพแต่ละรายการ (บาท/คน)	จำนวน ผู้ใช้บริการด้าน การแพทย์ และซื้อ ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ (ประมาณการ จากสัดส่วน ผู้ใช้บริการแต่ละรายการ) (คน)	ประมาณการค่าใช้จ่าย บริการ ด้าน การแพทย์และซื้อ ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ แต่ละรายการ(บาท)	สัดส่วน รายได้จาก การ ให้บริการ ด้าน การแพทย์ และซื้อ ผลิตภัณฑ์ ด้าน สุขภาพ (%)
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดในปี 2561	39,500,000				
ร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการด้านการแพทย์	1.6				
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการด้านการแพทย์	632,000				
บริการด้านการแพทย์				121,917,815,048.88	100.00
1) เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ		15,055.56	10,365	156,050,879.40	0.13
2) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ		139,989.47	28,187	3,945,883,190.89	3.24
3) การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ		124,150.40	48,980	6,080,886,592.00	4.99
4) ทันตกรรม		29,023.33	19,276	559,453,709.08	0.46
5) การรักษาผู้มีบุตรยาก		484,562.50	10,365	5,022,490,312.50	4.12
6) การรักษาโรคมะเร็ง		705,521.22	54,921	38,747,930,923.62	31.78
7) การปลูกถ่ายอวัยวะ		2,010,000	2,970	5,969,700,000.00	4.90
8) การศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ		502,761.29	8,911	4,480,105,855.19	3.67
9) การตรวจสุขภาพ		26,253.67	355,276	9,327,298,862.92	7.65
10) อื่น ๆ ระบุ (เช่น เปลี่ยนลิ้นหัวใจ, ปอดติดเชื้อ, อุบัติเหตุ)		337,940.73	140,936	47,628,014,723.28	39.06
ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ				1,430,198,145.52	100.00
1) ยาใช้ภายนอก		4,300.00	47,463	204,090,900.00	14.27
2) ยาใช้ภายใน		9,683.91	87,532	847,652,010.12	59.27
3) ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง		4,003.03	63,769	255,269,220.07	17.85
4) อาหารเสริม		1,968.75	28,187	55,493,156.25	3.88
5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ		3,255.56	20,793	67,692,859.08	4.73
รวมบริการด้านการแพทย์ และค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ				123,348,013,194.40	

2.19 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐในการให้บริการด้านการแพทย์เพื่อให้ประเทศไทยเป็น World Class Medical Hub ที่มีชื่อเสียง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับความต้องการให้หน่วยงานภาครัฐของไทยดำเนินการเพื่อให้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้ประเทศไทยเป็น World Class Medical Hub ที่มีชื่อเสียง ดังนี้

- 1) ควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้บริการด้านการแพทย์ของไทยด้านคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จะมีให้กับผู้ที่มาใช้บริการในหลากหลายภาษา
- 2) ควรมีช่องทางพิเศษในการให้บริการตรวจคนเข้าเมืองสำหรับผู้ที่มาใช้บริการด้านการแพทย์
- 3) ควรอำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าให้อยู่ในประเทศไทยได้นานขึ้นมากกว่า 14 วันสำหรับผู้ป่วยและผู้ติดตาม
- 4) ควรมีการอำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสนามบิน/ที่พักไปยังสถานพยาบาล
- 5) แพทย์และบุคลากรด้านการแพทย์ควรสื่อสารได้หลายภาษา หรือใช้ล่ามในการช่วยแปลภาษา
- 6) ควรให้บริการด้านการแพทย์ด้วยความรวดเร็วไม่ให้มีระยะเวลารอคอยนาน

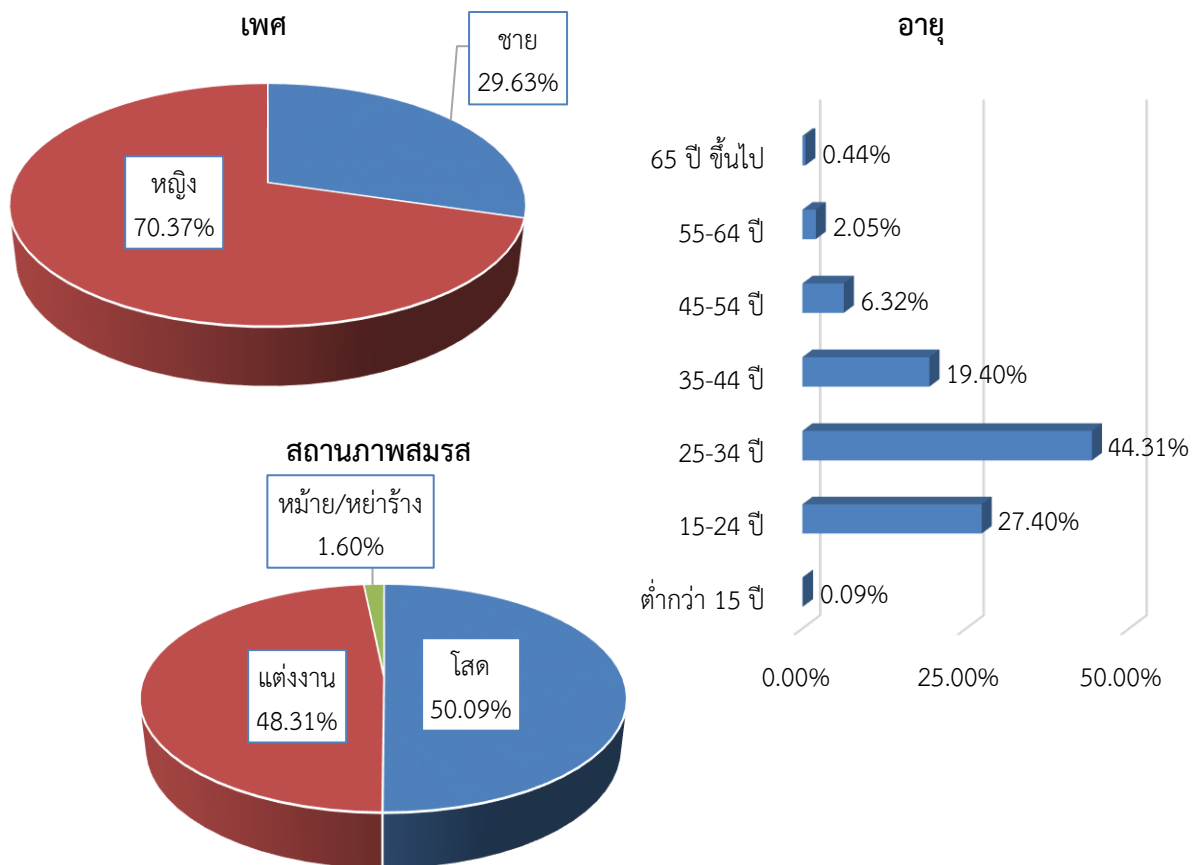
ส่วนที่ 3 ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ

การสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยและใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/นวดแผนไทย/น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) ดำเนินการสำรวจใน 3 สนามบินหลัก ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต และ ณ สถานพยาบาลเอกชนชั้นนำของประเทศไทย สามารถสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติได้จำนวน 1,124 ราย หรือ ร้อยละ 73.27 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผลการสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

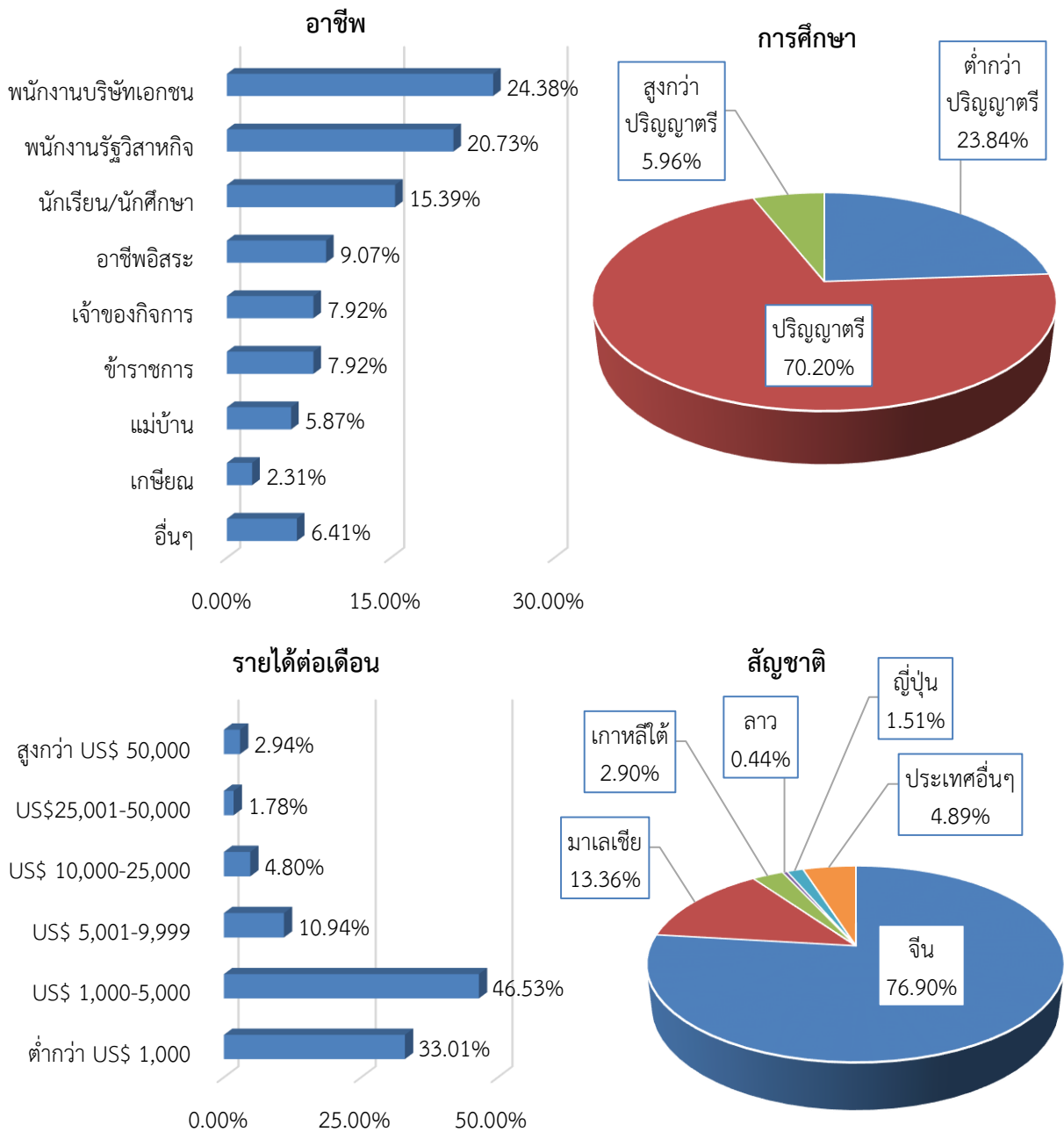
1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพเป็นเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 70.37 ต่อ ร้อยละ 29.63) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 44.31) เป็นโสดในสัดส่วนใกล้เคียงกับสมรสแล้ว (ร้อยละ 50.09 และร้อยละ 48.31 ตามลำดับ) ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นพนักงานบริษัทเอกชนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 24.38) และเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 20.73) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปมากที่สุด (ร้อยละ 76.16) มีรายได้ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์ต่อเดือนเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.54) กลุ่มตัวอย่างเป็นสัญชาติจีนมากที่สุด (ร้อยละ 76.90) รองลงมา มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และลาว (ร้อยละ 13.36, 2.90, 1.51 และ 0.44 ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-25)

แผนภูมิที่ 4-25 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ



แผนภูมิที่ 4-25 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ (ต่อ)



2. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการด้านสปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ

2.1 การทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมากกว่าครึ่งเล็กน้อย (ร้อยละ 53.30) ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ ญาติ/ คนรู้จักแนะนำในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.00) รองลงมา สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 39.97) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 28.60) และบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 15.22) ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน เกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 47.68) ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ ญาติ/ คนรู้จักแนะนำในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 44.28) รองลงมา ทราบจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 37.23)

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย เกาหลีใต้ ลาว และญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.67, 93.94, 100.0 และ 64.71) ตามลำดับ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ ญาติ/ คนรู้จักแนะนำ มากที่สุด (ร้อยละ 70.54, 54.84 และ 80.0 ตามลำดับ) ยกเว้นญี่ปุ่นที่ทราบจากเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 72.73) (ตารางที่ 4-7)

ตารางที่ 4-7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามสัญชาติ และการทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ

หน่วย: ร้อยละ

การทราบเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพ มาก่อนเดินทางมาประเทศไทย	จีน	มาเลเซีย	เกาหลี	ลาว	ญี่ปุ่น	ประเทศอื่นๆ	ภาพรวม
ไม่เคยทราบ	52.32	25.33	6.06	-	35.29	49.09	46.70
ทราบจากสื่อ	47.68	74.67	93.94	100.00	64.71	50.91	53.30
เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	10.71	5.36	25.81	20.00	9.09	-	10.03
เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว	28.47	24.11	35.48	-	72.73	28.57	28.60
เว็บไซต์ของผู้ให้บริการ	6.33	7.14	0.00	-	-	7.14	6.02
เว็บไซต์ด้านสุขภาพ	2.19	14.29	9.68	-	-	-	4.68
สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	37.23	51.79	54.84	-	9.09	35.71	39.97
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ	44.28	70.54	54.84	80.00	9.09	57.14	50.00
สื่อสิ่งพิมพ์	1.95	5.36	0.00	-	-	10.71	2.84
บริษัทนำเที่ยว	19.95	4.46	0.00	-	-	-	15.22
ที่ปรึกษาด้านสุขภาพ / บริษัทตัวแทน ด้านสุขภาพ	2.68	0.89	12.90	-	18.18	-	2.01
อื่นๆ	2.68	4.46	0.00	-	-	10.71	3.51
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

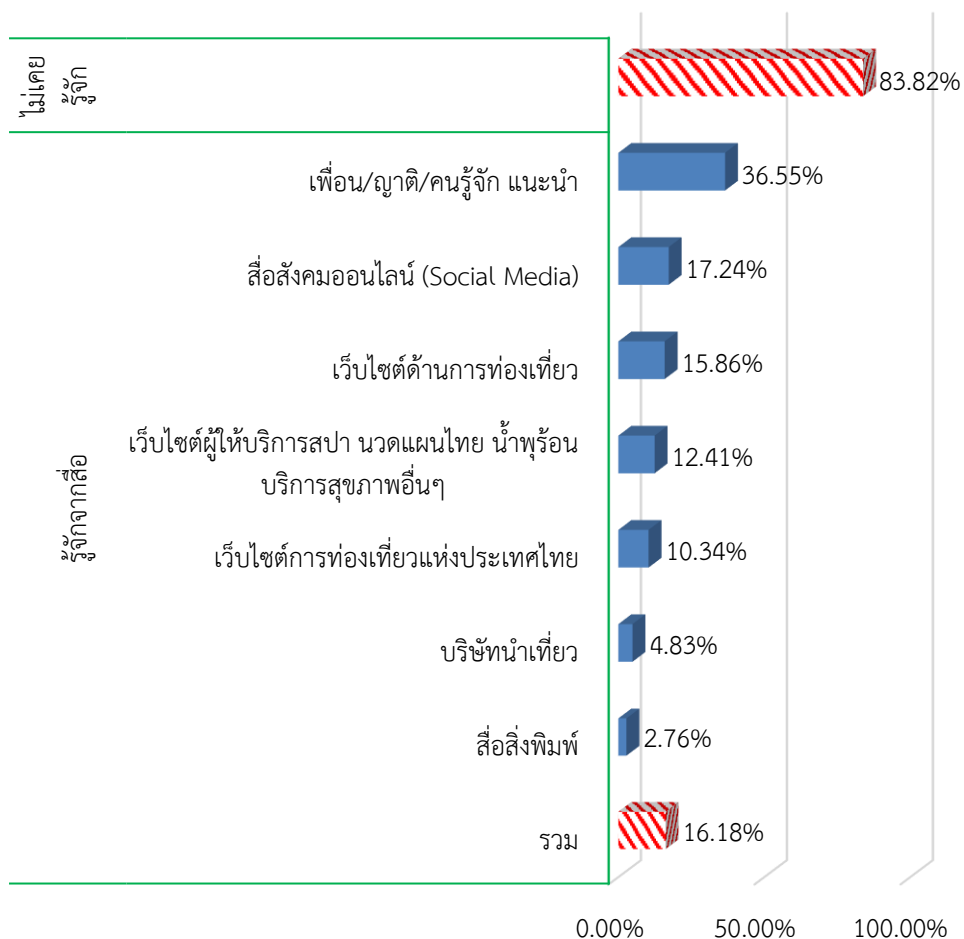
2.2 การรู้จักประเภทของบริการเชิงสุขภาพของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย

2.2.1 สปา

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 16.18) ที่รู้จักบริการสปาของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย แสดงถึงธุรกิจสปายังไม่สามารถสร้างชื่อเสียงได้ในต่างประเทศ โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 36.55) รองลงมา สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 17.24) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 15.86) เว็บไซต์ผู้ให้บริการสปา นวดแผนไทย/น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ (ร้อยละ 12.41) ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-26)

แผนภูมิที่ 4-26 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการรู้จักบริการสปาของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ

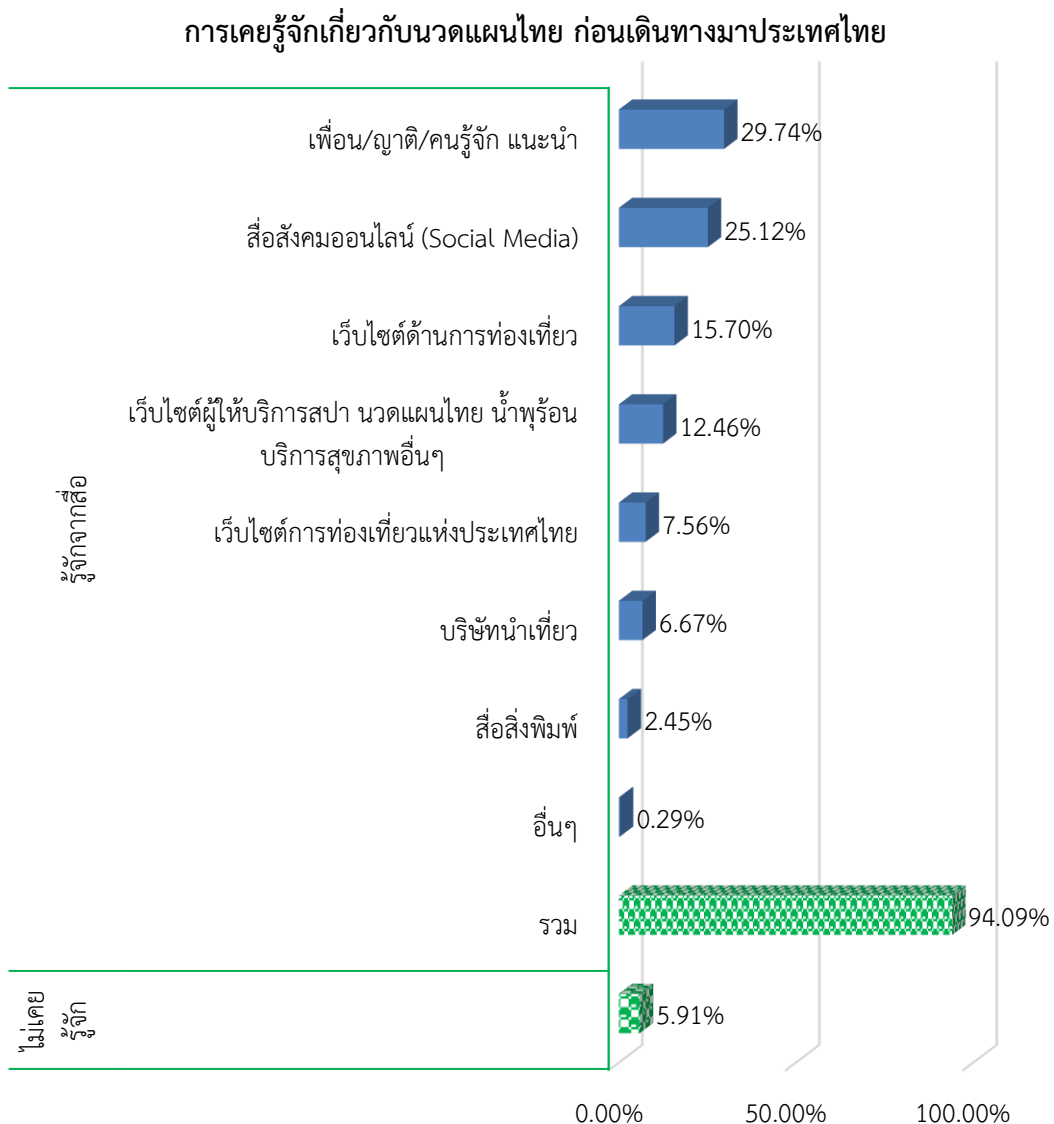
การเคยรู้จักเกี่ยวกับสปา ก่อนเดินทางมาประเทศไทย



2.2.2 นวดแผนไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 94.09) รู้จักบริการนวดแผนไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย แสดงถึงธุรกิจนวดแผนไทยสามารถสร้างชื่อเสียงได้ในต่างประเทศ โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำมากที่สุด (ร้อยละ 29.74) รองลงมาทราบจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 25.12) และเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 15.70) ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-27)

แผนภูมิที่ 4-27 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการรู้จักบริการนวดแผนไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ

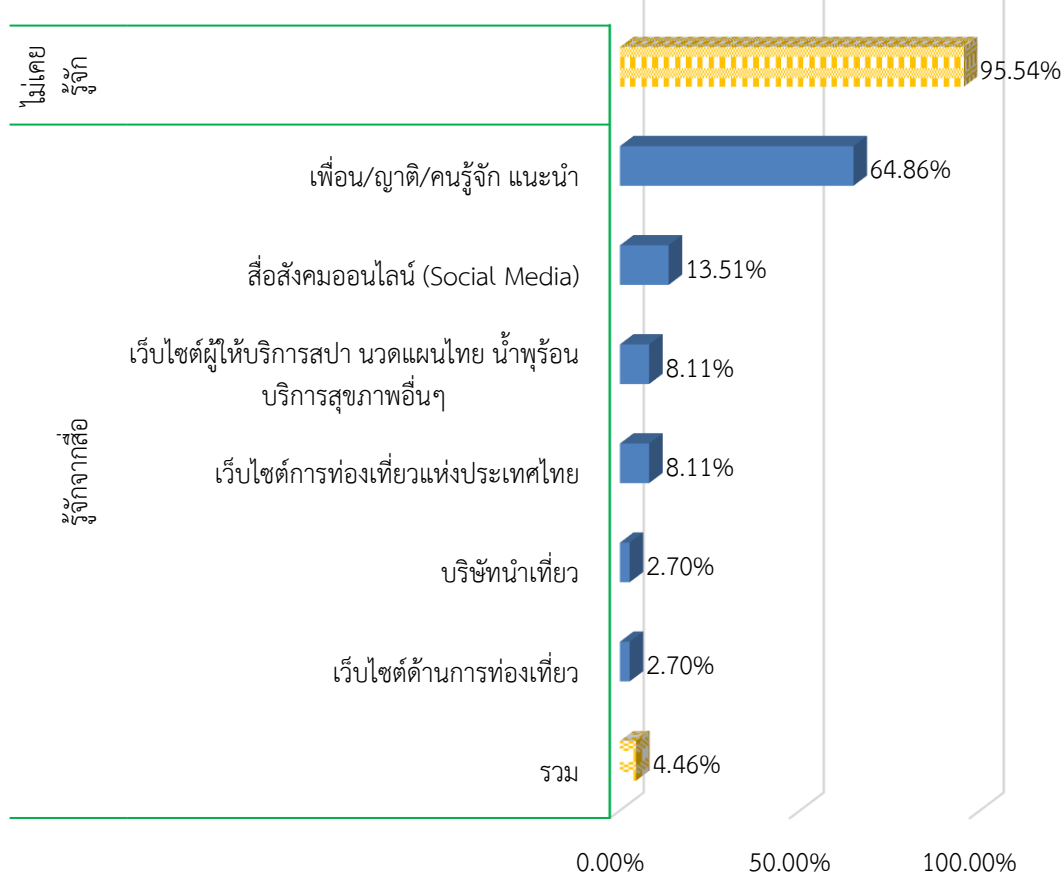


2.2.3 น้ำพุร้อน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 4.46) ที่รู้จักบริการน้ำพุร้อนของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย แสดงถึง ธุรกิจน้ำพุร้อนยังไม่สามารถสร้างชื่อเสียงได้ในต่างประเทศ โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 64.86) รองลงมา ทราบจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 13.51) เว็บไซต์ผู้ให้บริการสปา/นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ (ร้อยละ 8.11) และเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 8.11) (แผนภูมิที่ 4-28)

แผนภูมิที่ 4-28 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการรู้จักบริการน้ำพุร้อนของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ

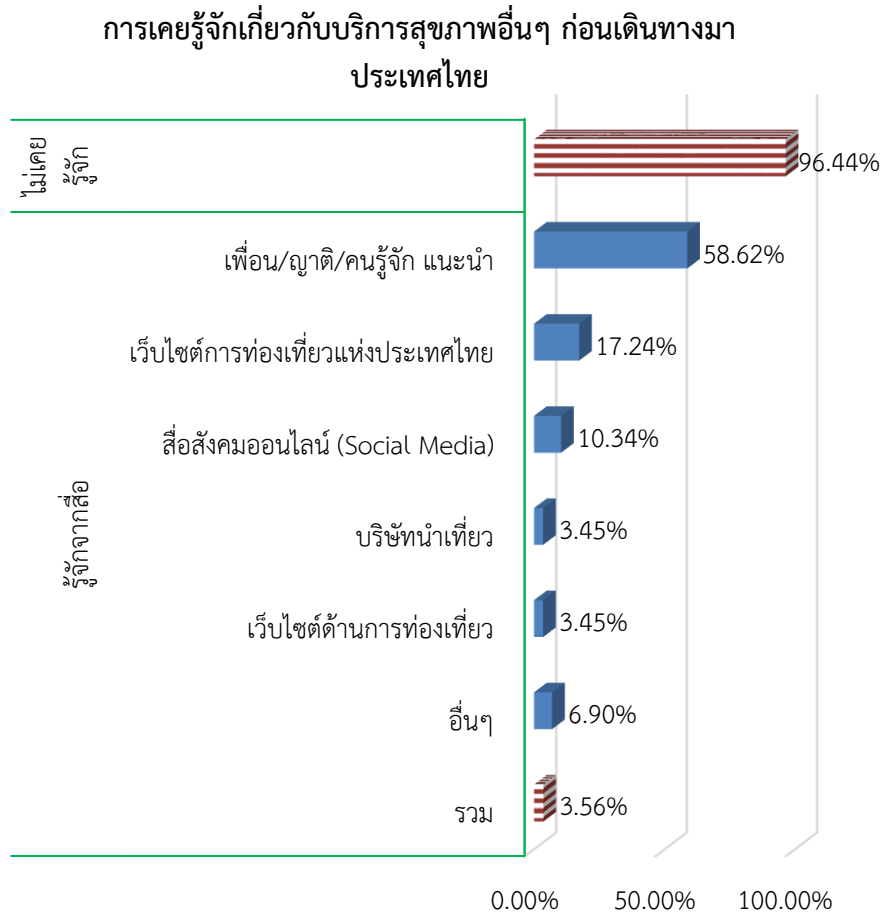
การเคยรู้จักเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน ก่อนเดินทางมาประเทศไทย



2.2.4 บริการสุขภาพอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 3.56) ที่รู้จักบริการสุขภาพอื่นๆ ของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 58.62) รองลงมา ทราบจากเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 17.24) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 10.34) (แผนภูมิที่ 4-29)

แผนภูมิที่ 4-29 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการรู้จักบริการเชิงสุขภาพอื่นๆ ของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และประเภทสื่อที่ทำให้ทราบ

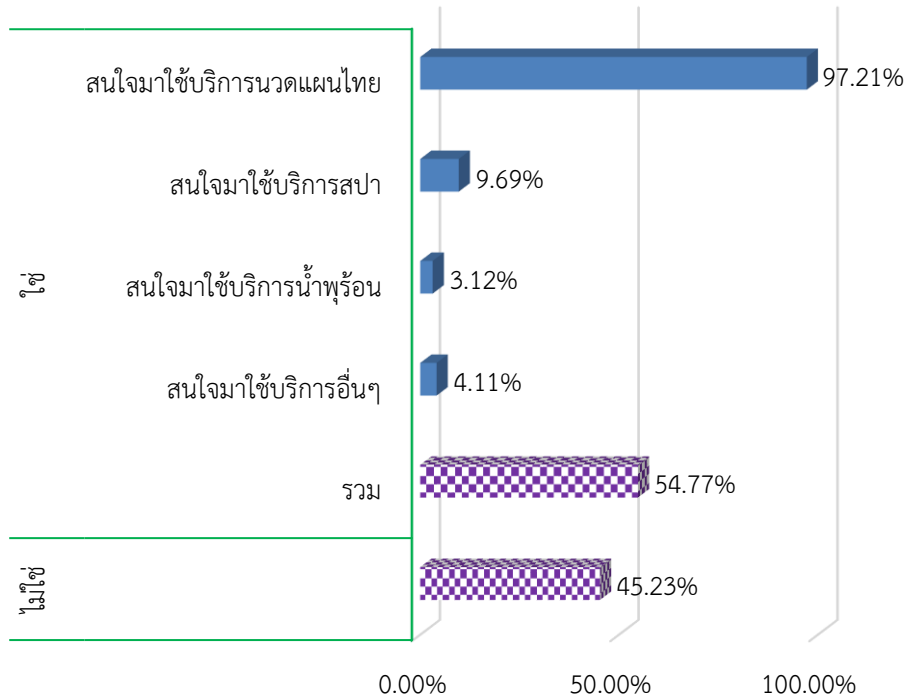


2.3 การใช้ปัจจัยด้านบริการเชิงสุขภาพต่างๆ เพื่อการประกอบการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 54.77) ใช้ปัจจัยด้านบริการเชิงสุขภาพเป็นปัจจัยประกอบการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย โดยสนใจมาใช้บริการนวดแผนไทยในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 97.21) รองลงมา สนใจมาใช้บริการสปา (ร้อยละ 9.69) และสนใจใช้บริการนํ้าพุร้อน (ร้อยละ 3.12) (แผนภูมิที่ 4-30)

แผนภูมิที่ 4-30 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการใช้ปัจจัยด้านบริการเชิงสุขภาพต่างๆ ของไทยในการประกอบการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย และประเภทบริการเชิงสุขภาพที่สนใจใช้บริการ

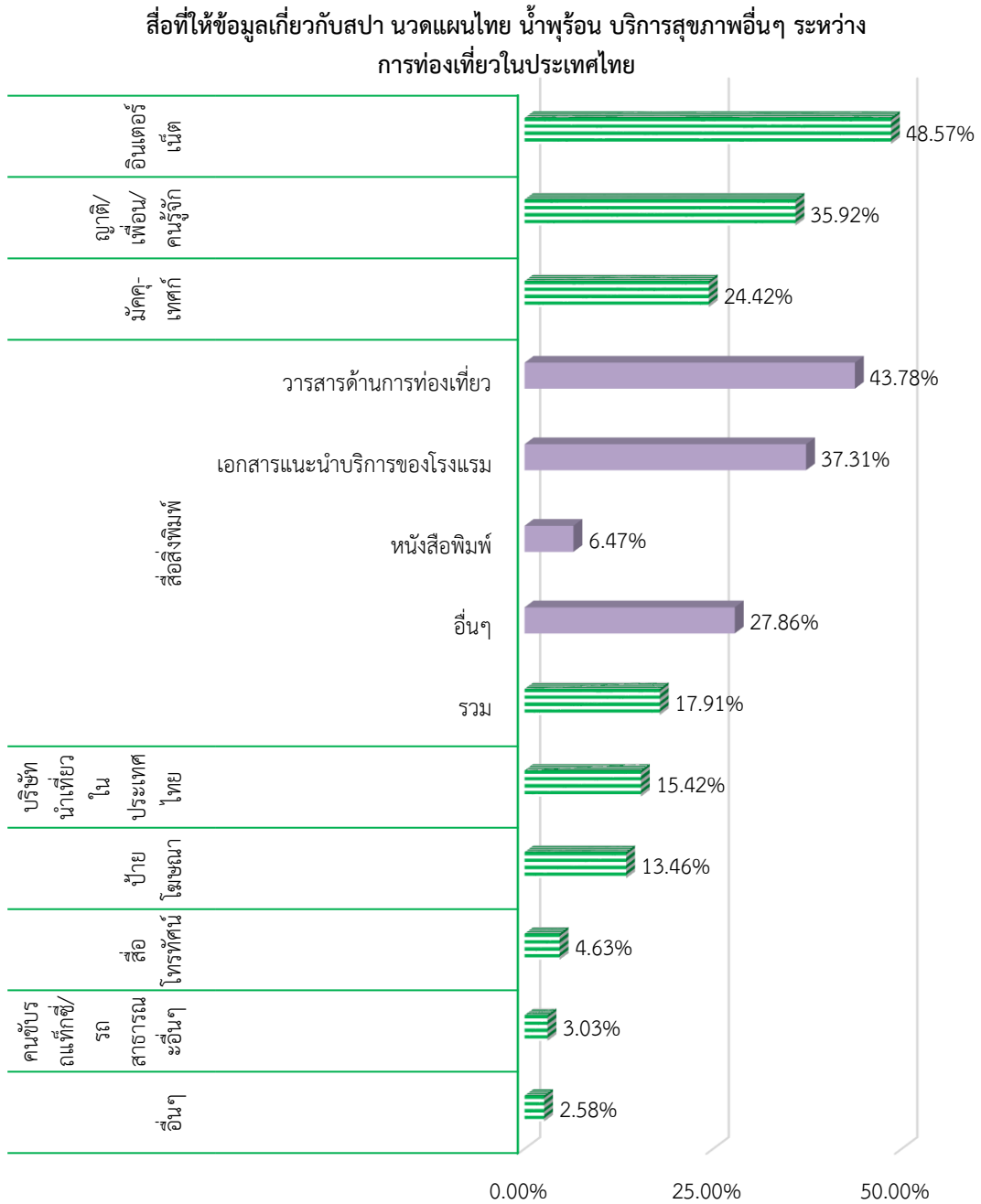
การมาใช้บริการ สปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน หรือบริการสุขภาพอื่นๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้ตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย



2.4 ประเภทสื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพต่างๆ ระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพจากสื่อทางอินเทอร์เน็ตในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 48.57) รองลงมา เป็นสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ (ร้อยละ 35.92) ทราบจากมัลติมีเดีย (ร้อยละ 24.42) และทราบจากสื่อสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 17.91) โดยเป็นวารสารด้านการท่องเที่ยวในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 43.78) และเอกสารแนะนำบริการของโรงแรม (ร้อยละ 37.31) (แผนภูมิที่ 4-31)

แผนภูมิที่ 4-31 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามประเภทสื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพต่างๆ ระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย



2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเชิงสุขภาพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการเชิงสุขภาพ 5 อันดับแรก ได้แก่

- 1) การแนะนำของญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 46.35)
- 2) การแนะนำของมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 28.79)
- 3) ข้อมูลจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ (ร้อยละ 21.48)
- 4) มีบริการภายในโรงแรมที่พัก (ร้อยละ 14.08)
- 5) การแนะนำของพนักงานโรงแรม/สถานพยาบาล (ร้อยละ 14.08)

(แผนภูมิที่ 4-32)

แผนภูมิที่ 4-32 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ



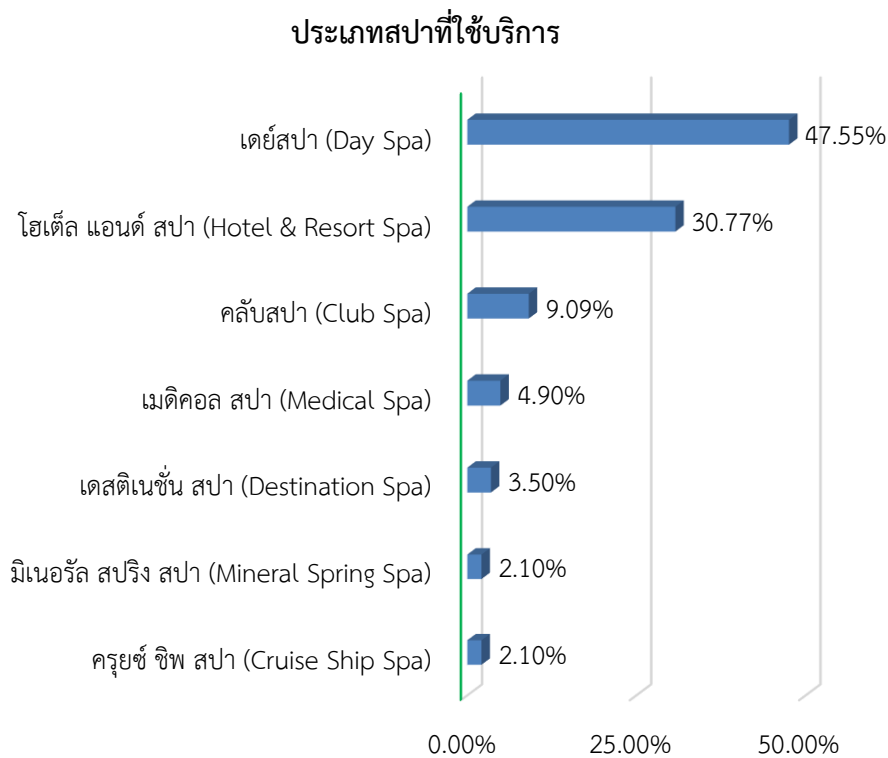
2.6 ประเภทบริการเชิงสุขภาพที่ใช้บริการ

2.6.1 สปา

1) ประเภทสปาที่ใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปาจะใช้บริการประเภท Day spa ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 47.55) รองลงมา Hotel & Resort Spa (ร้อยละ 30.77) Club spa (ร้อยละ 9.09) และ Medical Spa (ร้อยละ 4.90) โดยใช้บริการในหลายจังหวัด เช่น กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ เป็นต้น (แผนภูมิที่ 4-33)

แผนภูมิที่ 4-33 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา จำแนกตามประเภทสปาที่ใช้บริการ

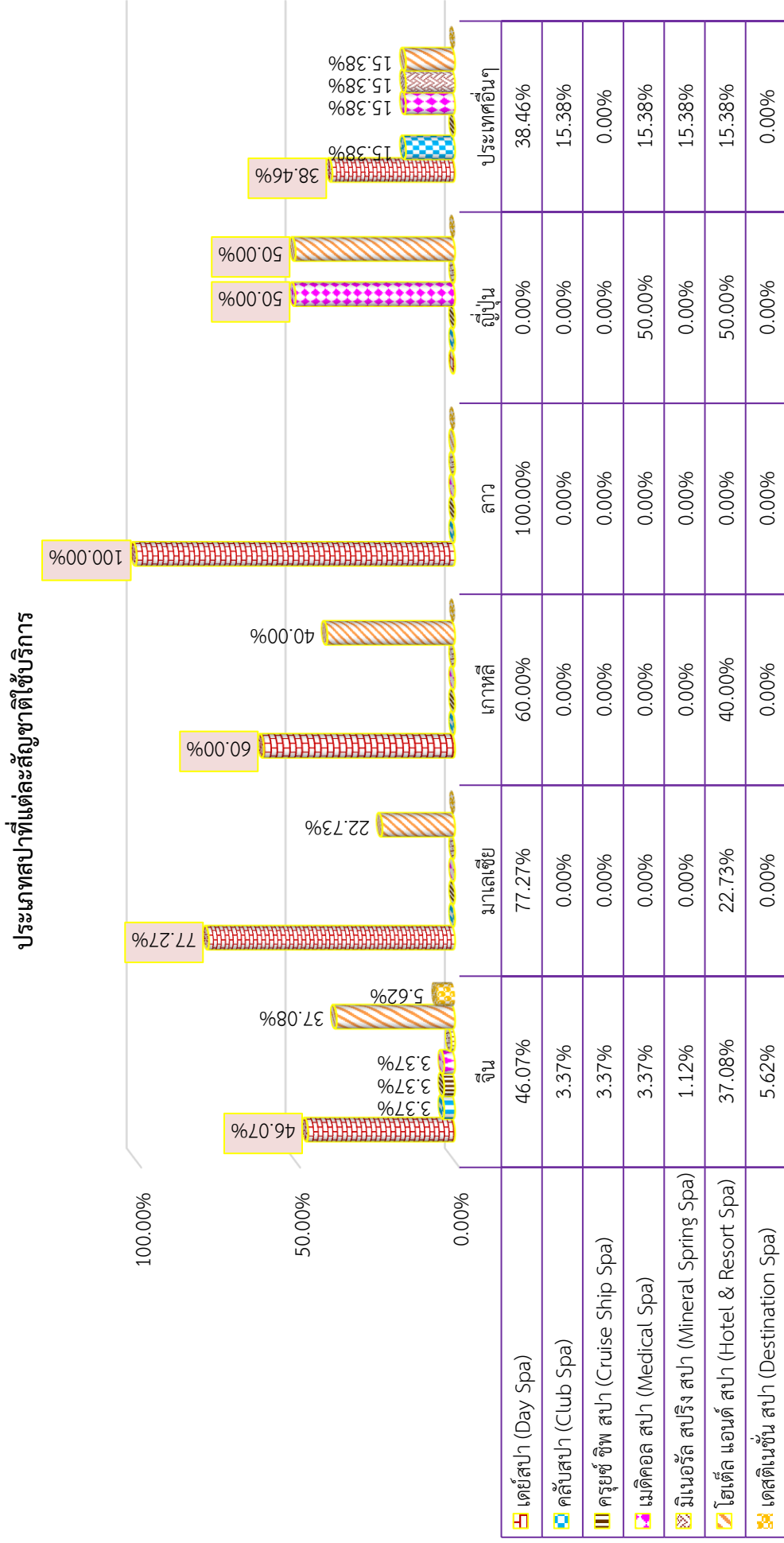


2) ประเภทสปาที่ใช้บริการจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนใช้บริการ Day Spa ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 46.07) รองลงมา Hotel & Resort Spa (ร้อยละ 37.08) Destination Spa (ร้อยละ 5.62) เป็นต้น
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียใช้บริการ Day Spa ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 77.27) และ Hotel & Resort Spa (ร้อยละ 22.73)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ใช้บริการ Day Spa ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 60.00) และ Hotel & Resort Spa (ร้อยละ 40.00)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวลาวทั้งหมด (ร้อยละ 100.00) ใช้บริการ Day Spa

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นใช้บริการ Medical Spa และ Hotel & Resort Spa ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน)
- กลุ่มตัวอย่างประเทศอื่นๆ ใช้บริการ Day Spa ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 38.46) และใช้บริการ Club Spa, Medical Spa, Mineral Spring Spa และ Hotel & Resort Spa ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 15.38 เท่ากัน) (แผนภูมิที่ 4-34)

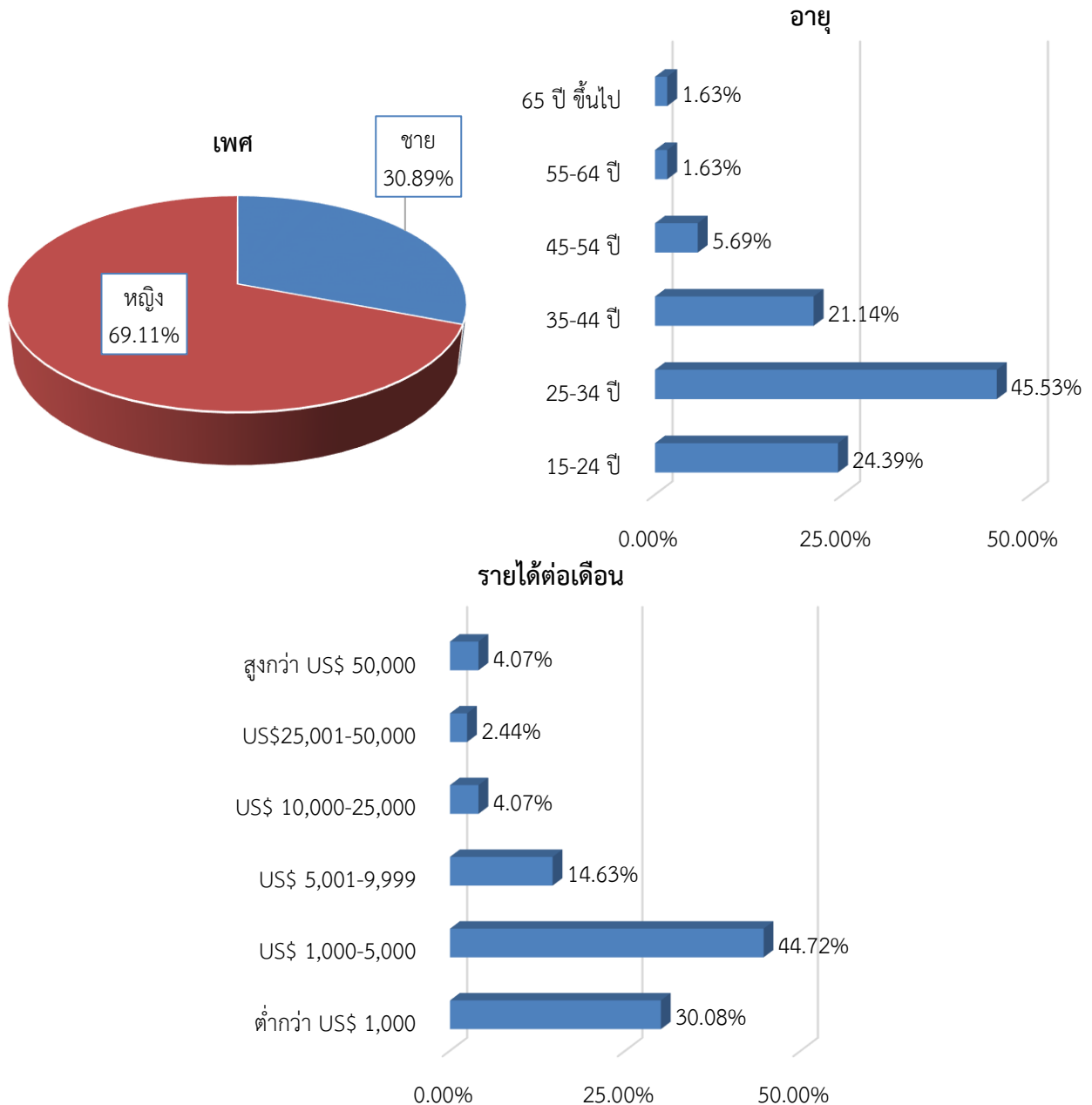
แผนภูมิที่ 4-34 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการสปา จำแนกตามสัญชาติ และประเภทสปาที่ใช้บริการ



3) การใช้บริการสปาจำแนกตามเพศ ช่วงอายุ และรายได้/เดือน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการสปาเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 69.11 ต่อ ร้อยละ 30.89) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 45.53) และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 1,000-5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 44.72) (แผนภูมิที่ 4-35)

แผนภูมิที่ 4-35 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการสปา จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ และรายได้ต่อเดือน

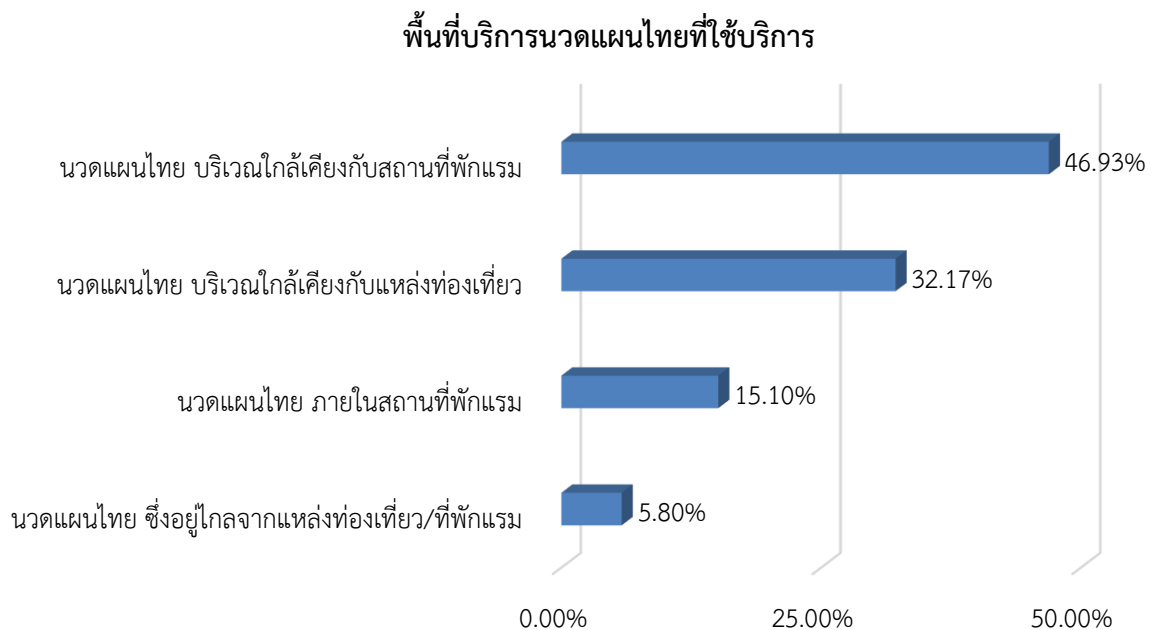


2.6.2 นวดแผนไทย

1) ที่ตั้งของสถานบริการนวดแผนไทยที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทย ใช้บริการนวดแผนไทยซึ่งมีที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับสถานพักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 46.93) รองลงมา ใช้บริการนวดแผนไทยบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 32.17) ใช้บริการนวดแผนไทยภายในสถานที่พักผ่อน (ร้อยละ 15.10) และที่ตั้งอยู่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยว/ ที่พักผ่อน (ร้อยละ 5.80) โดยใช้บริการในหลายจังหวัด เช่น กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี เป็นต้น (แผนภูมิที่ 4-36)

แผนภูมิที่ 4-36 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามที่ตั้งของสถานบริการนวดแผนไทยที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ



2) ที่ตั้งของสถานบริการนวดแผนไทยที่นักท่องเที่ยวใช้บริการจำแนกตามสัญชาติ

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนใช้บริการนวดแผนไทยบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่พักผ่อนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 42.73) รองลงมา บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 36.18) ภายในสถานที่พักผ่อน (ร้อยละ 14.98) และที่อยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว/ ที่พักผ่อน น้อยที่สุด (ร้อยละ 6.10)

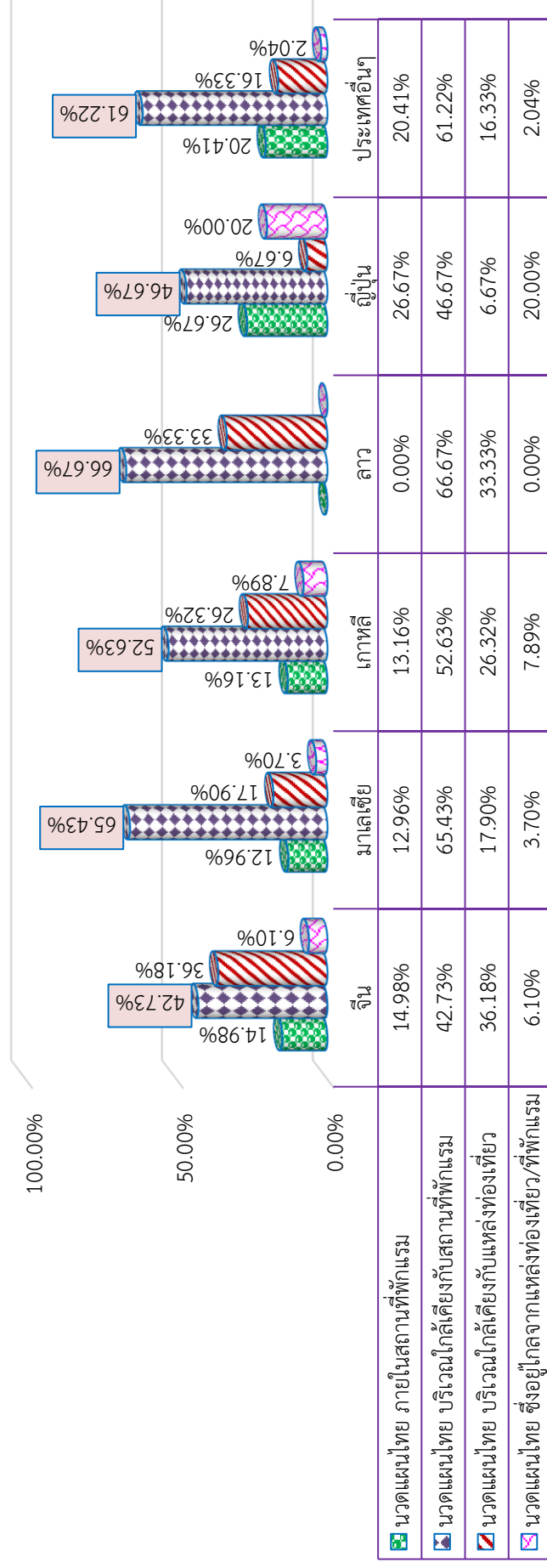
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียใช้บริการนวดแผนไทยบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่พักผ่อนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 65.43) รองลงมา บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 17.90) ภายในสถานที่พักผ่อน (ร้อยละ 12.96) และที่อยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว/ ที่พักผ่อน น้อยที่สุด (ร้อยละ 3.70)

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ใช้บริการนวดแผนไทยบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่พักผ่อนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 52.63) รองลงมา บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 26.32) ภายในสถานที่พักผ่อน (ร้อยละ 13.16) และที่อยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว/ ที่พักผ่อน น้อยที่สุด (ร้อยละ 7.89)

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวลาวใช้บริการนวดแผนไทยบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่พักผ่อน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 66.67) และบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 33.33)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นใช้บริการนวดแผนไทยบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่พักผ่อน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 46.67) รองลงมาภายในสถานที่พักผ่อน (ร้อยละ 26.67) ที่อยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว/ ที่พักผ่อน (ร้อยละ 20.00) และบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว น้อยที่สุด (ร้อยละ 6.67)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ ใช้บริการนวดแผนไทยบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่พักผ่อน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 61.22) รองลงมา ภายในสถานที่พักผ่อน (ร้อยละ 20.41) บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 16.33) และที่อยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว/ ที่พักผ่อน น้อยที่สุด (ร้อยละ 2.04) (แผนภูมิที่ 4-37)

แผนภูมิที่ 4-37 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทย จำแนกตามสัญชาติ และพื้นที่ให้บริการนวดแผนไทย

พื้นที่การใช้บริการนวดแผนไทยจำแนกตามสัญชาติ



2.6.3 น้ำพุร้อน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการน้ำพุร้อนมีน้อยมาก โดยใช้บริการที่จังหวัดระนอง

2.6.4 บริการสุขภาพอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสุขภาพอื่นๆ ในหลายจังหวัด เช่น ระนอง เป็นต้น

2.7 ความถี่ในการใช้บริการเชิงสุขภาพ

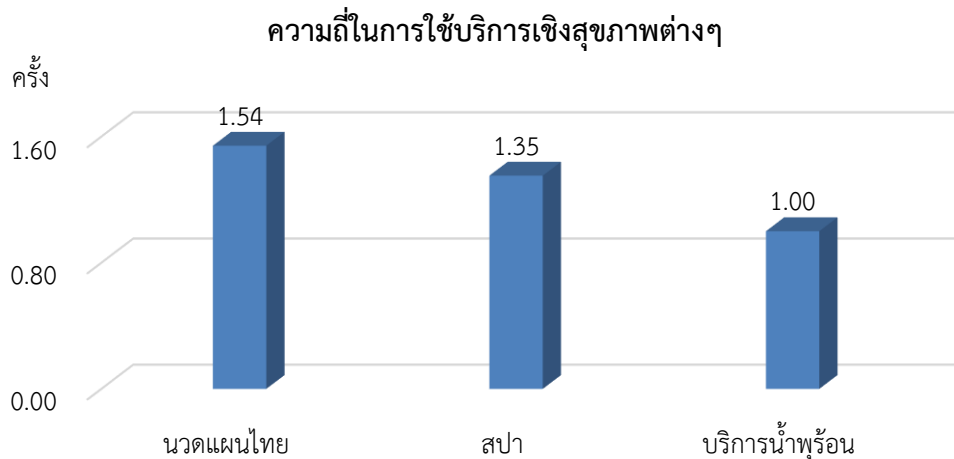
สปา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา ใช้บริการเฉลี่ยคนละ 1.35 ครั้ง จำนวนสถานที่ใช้บริการเฉลี่ย 1 แห่ง

นวดแผนไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทย ใช้บริการเฉลี่ยคนละ 1.54 ครั้ง จำนวนสถานที่ใช้บริการเฉลี่ย 1.47 แห่ง

น้ำพุร้อน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการน้ำพุร้อน ใช้บริการเฉลี่ยคนละ 1 ครั้ง

(แผนภูมิที่ 4-38)

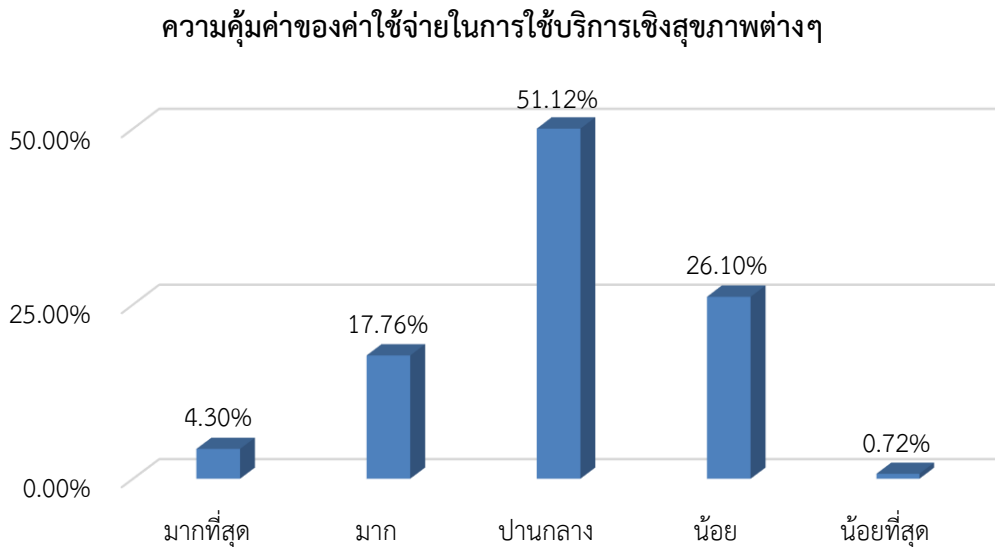
แผนภูมิที่ 4-38 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ



2.8 ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเชิงสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ เห็นว่าการให้บริการเชิงสุขภาพ มีความคุ้มค่าอยู่ในระดับปานกลางในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 51.20) อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 26.10) และอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.72) ในขณะที่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 17.76 และอยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 4.30) แสดงให้เห็นว่าบริการเชิงสุขภาพของไทยโดยรวมคุณภาพยังไม่เหมาะสมกับราคา หรืออีกนัยหนึ่งคือราคาแพงเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพบริการ (แผนภูมิที่ 4-39)

แผนภูมิที่ 4-39 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามระดับ ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเชิงสุขภาพ



2.9 สิ่งที่น่าประทับใจที่สุดในการใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่น ๆ

สปา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา มีความประทับใจจากการใช้บริการสปาในด้านการบริการที่ดีต่อสุขภาพ การให้บริการของพนักงานที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี สถานที่สะอาด รวมทั้งราคาค่าบริการ

นวดแผนไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทย มีความประทับใจต่อบริการนวดแผนไทยที่ช่วยให้ร่างกายมีความผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี ค่าบริการไม่สูง เป็นบริการที่ดี พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่แตกต่างจากที่เคยได้รับบริการจากที่อื่น

2.10 จุดเด่นและจุดด้อยของบริการเชิงสุขภาพ

สปา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา มีความเห็นว่าสปา มีจุดเด่นมากกว่าจุดด้อยในทุกประเด็นที่ประเมิน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มาตรฐานการให้บริการ มากที่สุด รองลงมา ความเป็นกันเองของพนักงาน สถานที่ให้บริการ สมุนไพรที่ใช้ และราคา ตามลำดับ

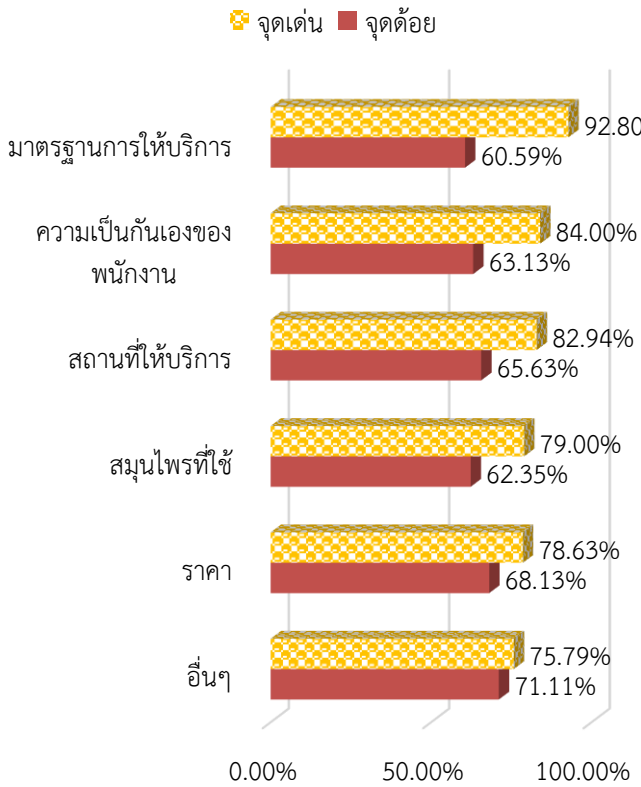
นวดแผนไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทย มีความเห็นว่านวดแผนไทย มีจุดเด่นมากกว่าจุดด้อยในทุกประเด็นที่ประเมิน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความเป็นกันเองของพนักงาน มากที่สุด รองลงมา มาตรฐานการให้บริการ สถานที่ให้บริการ สมุนไพรที่ใช้ และราคา ตามลำดับ

น้ำพุร้อน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการน้ำพุร้อน มีความเห็นว่าต่อจุดเด่นของน้ำพุร้อน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ สถานที่ให้บริการ มากที่สุด รองลงมา สมุนไพรที่ใช้ มาตรฐานการให้บริการ ราคา และความเป็นกันเองของพนักงาน ตามลำดับ

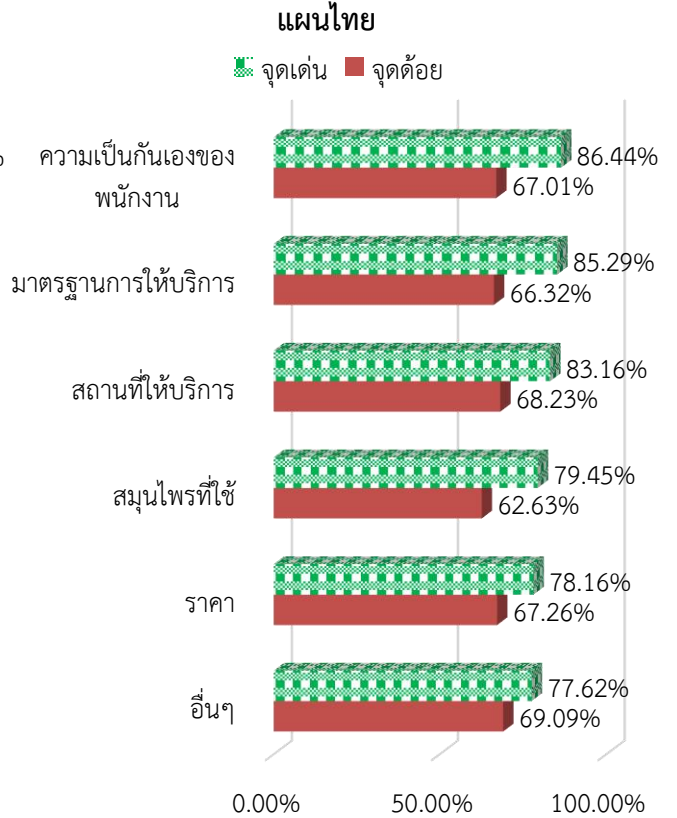
(แผนภูมิที่ 4-40)

แผนภูมิที่ 4-40 ร้อยละค่าเฉลี่ยจุดเด่นและจุดด้อยของบริการเชิงสุขภาพประเภทต่างๆ ตามความเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ

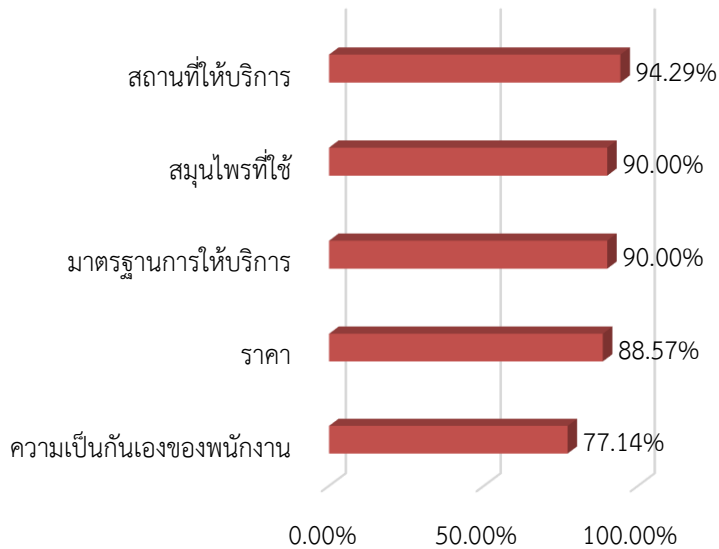
การให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปา



การให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวด



จุดเด่นการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการน้ำพุร้อน



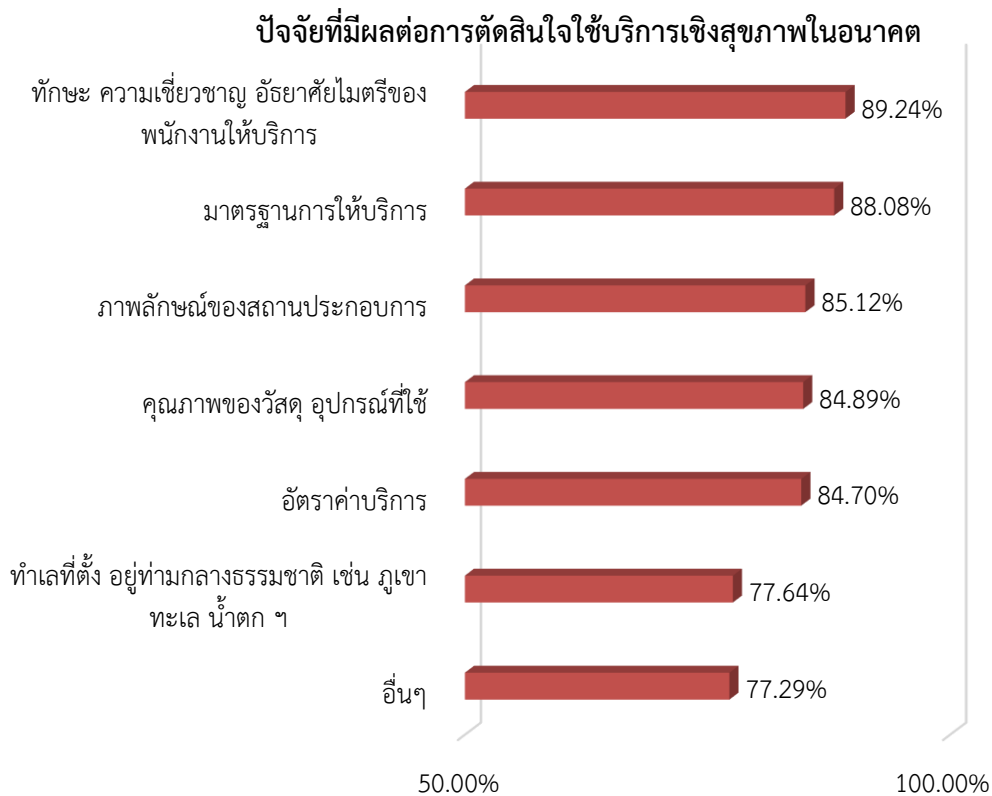
2.11 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต

ปัจจัย 5 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต ได้แก่

- 1) ทักษะความเชี่ยวชาญ ทัศนคติ มาตรฐานของพนักงาน (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 89.24)
- 2) มาตรฐานการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 88.08)
- 3) ภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 85.12)
- 4) คุณภาพของวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 84.89)
- 5) อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 84.70)

(แผนภูมิที่ 4-41)

แผนภูมิที่ 4-41 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ

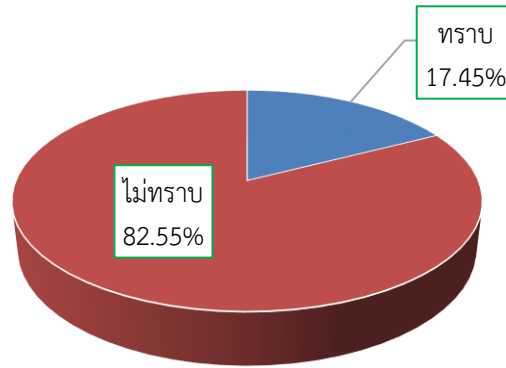


2.12 การรับรู้เกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.55) ไม่ทราบเกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (แผนภูมิที่ 4-42)

แผนภูมิที่ 4-42 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามการรับรู้เกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

การทราบเครื่องหมายที่แสดงถึงสถานบริการนั้นได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

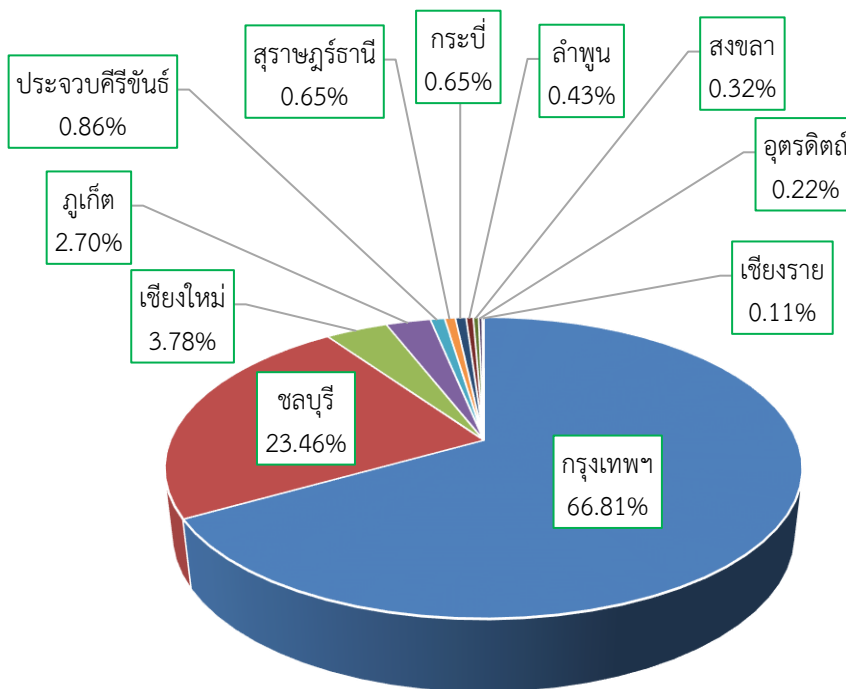


2.13 จังหวัดที่ต้องการไปใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ ในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ มีความเห็นเกี่ยวกับจังหวัดที่ต้องการไปใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต ได้แก่ กรุงเทพมหานคร มากที่สุด (ร้อยละ 66.81) รองลงมา ชลบุรี (ร้อยละ 23.46) เชียงใหม่ (ร้อยละ 3.78) และภูเก็ต (ร้อยละ 2.70) ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4-43)

แผนภูมิที่ 4-43 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามจังหวัดที่ต้องการไปใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต

จังหวัดที่ต้องการไปใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ ในอนาคต



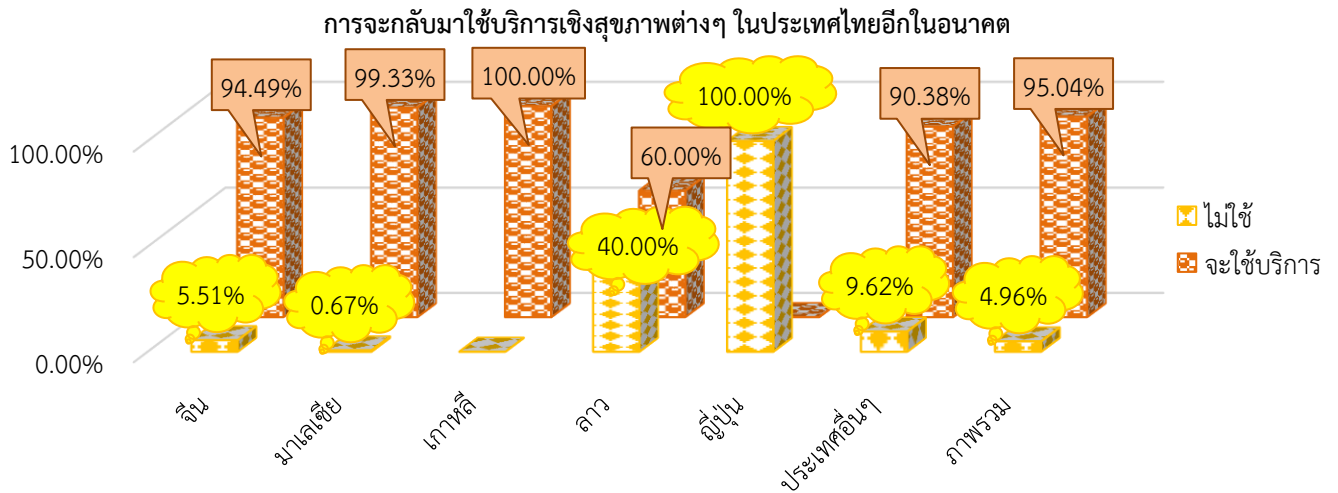
2.14 การจะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพ ในประเทศไทยอีกในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.04) กลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพ ในประเทศไทยอีกในอนาคต แสดงถึงความประทับใจในการบริการด้านสุขภาพของไทย

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และลาว รวมทั้งประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ ในประเทศไทยอีกในอนาคต
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทั้งหมด (ร้อยละ 100.00) จะไม่กลับมาใช้บริการด้านสุขภาพของไทยอีกในอนาคต

(แผนภูมิที่ 4-44)

แผนภูมิที่ 4-44 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตามสัญชาติ และการจะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยอีกในอนาคต



2.15 การแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย

สปา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.23) จะแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการสปาในประเทศไทย

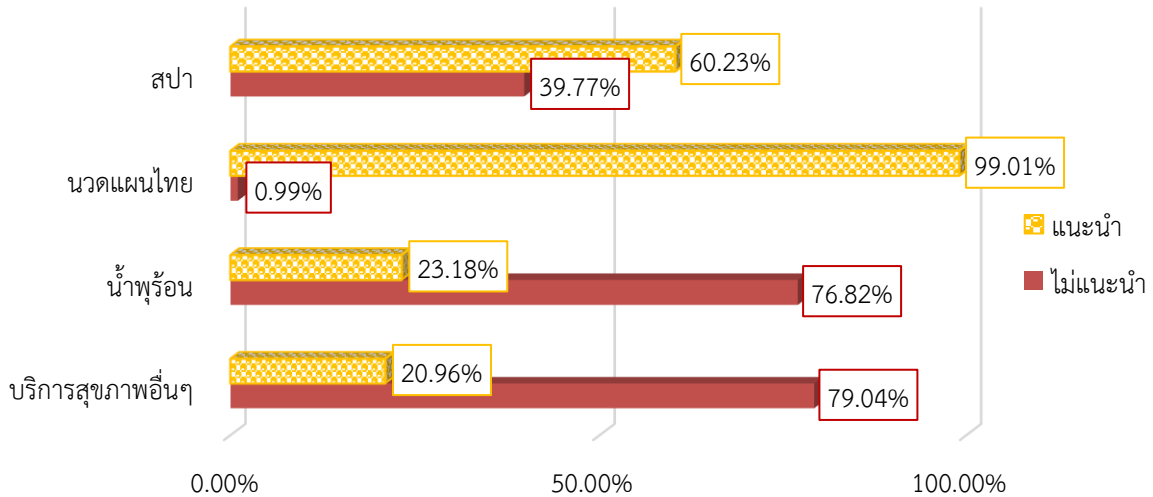
นวดแผนไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 99.01) จะแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการนวดแผนไทย

น้ำพุร้อน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการน้ำพุร้อนมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 23.18) จะแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการน้ำพุร้อน แสดงถึงความไม่ประทับใจในบริการน้ำพุร้อน

บริการสุขภาพอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพอื่นๆ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 20.96) จะแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการสุขภาพอื่นๆ แสดงถึงความไม่ประทับใจในบริการสุขภาพอื่นๆ (แผนภูมิที่ 4-45)

แผนภูมิที่ 4-45 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำแนกตาม การแนะนำญาติ /เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย

การแนะนำญาติ /เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ ในประเทศไทย



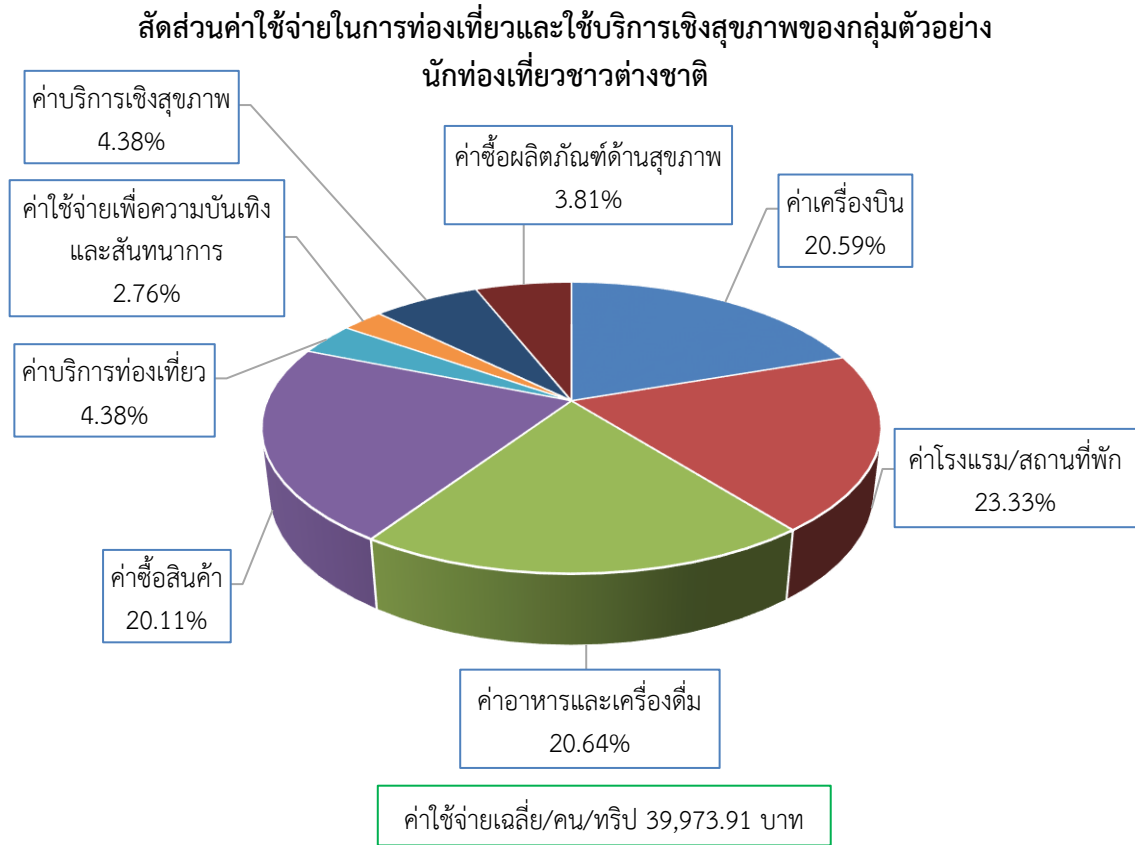
2.16 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/นวดแผนไทย/น้ำพุร้อนและบริการสุขภาพอื่นๆ)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการสุขภาพ มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ เฉลี่ย 39,973.91 บาท/ คน/ ทริป โดยเป็นค่าโรงแรม/ สถานที่พักมากที่สุด (ร้อยละ 23.33) ในขณะที่เป็นค่าใช้จ่ายด้านบริการเชิงสุขภาพเพียง ร้อยละ 4.38 และซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ ร้อยละ 3.81 (ตารางที่ 4-8 และแผนภูมิที่ 4-46)

ตารางที่ 4-8 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)	ร้อยละ
1) ค่าโดยสารเครื่องบิน	8,230.42	20.59
2) ค่าโรงแรม/ สถานที่พัก	9,326.28	23.33
3) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	8,248.80	20.64
4) ค่าซื้อสินค้า	8,037.53	20.11
5) ค่าบริการท่องเที่ยว	1,750.74	4.38
6) ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง/ สันทนาการ	1,103.65	2.76
7) ค่าบริการเชิงสุขภาพ	1,752.92	4.38
8) ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ	1,523.57	3.81
รวม	39,973.91	100.00

แผนภูมิที่ 4-46 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพเฉลี่ย/คน/ทริป



สำหรับค่าใช้จ่ายด้านบริการเชิงสุขภาพเฉลี่ย/คน/ทริป (เฉพาะผู้ใช้ที่ใช้บริการ) เป็นดังนี้

1) ค่าบริการสปา	เป็นเงิน	3,630.25	บาท
2) ค่าบริการนวดแผนไทย	เป็นเงิน	1,292.97	บาท
3) ค่าบริการอื่นๆ	เป็นเงิน	4,041.15	บาท

ในส่วน of ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพเฉลี่ย/คน/ทริป (เฉพาะผู้ที่ซื้อ) เป็นดังนี้

1) ค่ายาใช้ภายนอก (ร้อยละ 19.57 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร)	เป็นเงิน	2,136.62	บาท
2) ค่ายาใช้ภายใน (ร้อยละ 15.52 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร)	เป็นเงิน	984.38	บาท
3) ค่าผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/เครื่องสำอาง (ร้อยละ 2.27 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร)	เป็นเงิน	6,554.98	บาท
4) อาหารเสริม (ร้อยละ 6.89 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร)	เป็นเงิน	3,915.00	บาท
5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ร้อยละ 9.38 ระบุว่ามีส่วนผสมของสมุนไพร)	เป็นเงิน	7,550.21	บาท

(ตารางที่ 4-9)

ตารางที่ 4-9 ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ

รายการ	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน (เฉลี่ยเฉพาะ ผู้ใช้บริการ) (บาท/คน)	ร้อยละของผู้ใช้บริการ เชิงสุขภาพและซื้อ ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ แต่ละรายการ (%)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (เฉลี่ยจากจำนวน ตัวอย่างทั้งหมด (บาท/คน)
1) ค่าเครื่องบิน	8,483.92	97.01	8,230.42
2) ค่าโรงแรม/ค่าสถานที่พัก	9,653.18	96.61	9,326.28
3) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	8,248.80	100.00	8,248.80
4) ค่าซื้อสินค้า	10,831.78	74.20	8,037.53
5) ค่าบริการท่องเที่ยว	2,639.25	66.33	1,750.74
6) ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงและสันทนาการ	1,971.64	55.98	1,103.65
7) ค่าใช้บริการด้านสุขภาพ	-	-	1,752.92
7.1) สปา	3,630.25	12.55	455.59
7.2) นวดแผนไทย	1,292.97	91.93	1,188.65
7.3) อื่นๆ เช่น น้ำพุร้อน ฟิตเนส เป็นต้น	4,041.15	2.69	108.68
8) ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ	-	-	1,523.57
8.1) ยาใช้ภายนอก	2,136.62	8.07	172.38
8.2) ยาใช้ภายใน	984.38	0.80	7.84
8.3) ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอางค์	6,554.98	17.53	1,149.08
8.4) อาหารเสริม	3,915.00	0.80	31.20
8.5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	7,550.21	1.89	142.88
8.6) อื่นๆ เช่น น้ำหอม เป็นต้น	2,533.75	0.80	20.19
รวม			39,973.91

2.17 ประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) ในภาพรวมของประเทศไทย

จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 38,178,194 คน และจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2555 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา³ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 46.20 ใช้บริการเชิงสุขภาพ คิดเป็นจำนวน 17,638,326 คน โดยในส่วนนี้ ร้อยละ 91.93 ใช้บริการนวดแผนไทย และร้อยละ 12.55 ใช้บริการสปา ดังนั้นจึงประมาณการว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 16,214,913 คน และใช้บริการสปา จำนวน 2,213,610 คน

จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยและใช้บริการสปาดังกล่าวข้างต้น และค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพตามตารางที่ 4-9 สามารถประมาณการค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2561 จำนวน 705,072.63 ล้านบาท โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านบริการเชิงสุขภาพ

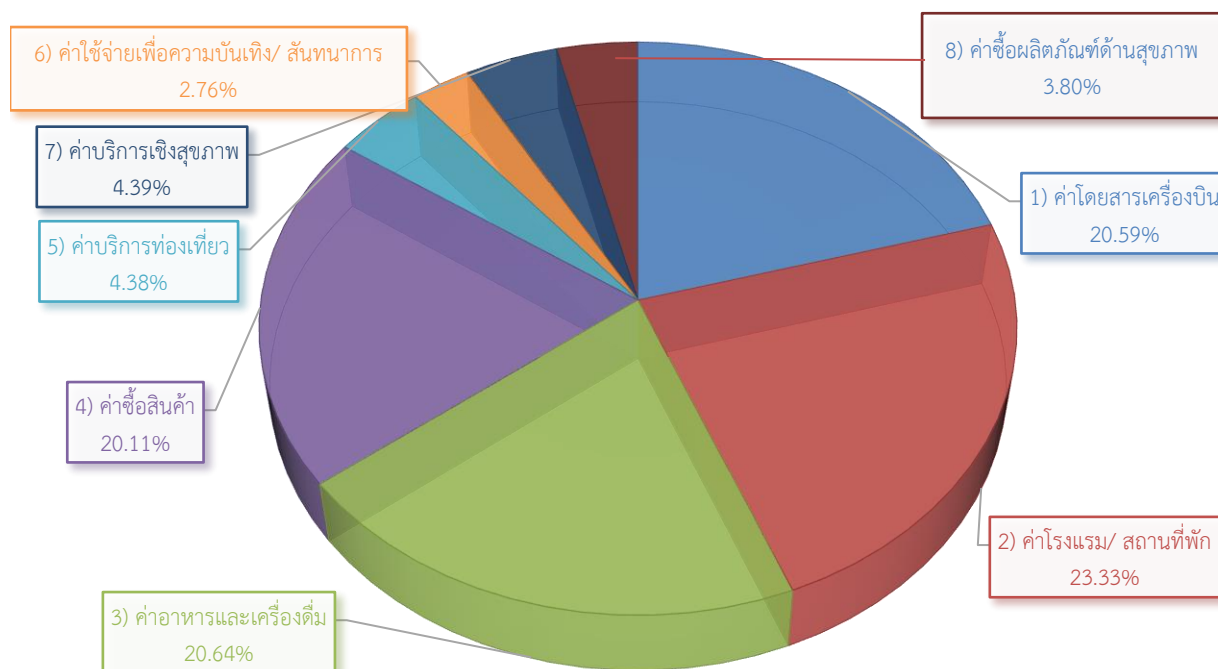
³ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ ตามแนวทางพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย.

จำนวน 30,918.57 ล้านบาท (ร้อยละ 4.39) และเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ จำนวน 26,873.17 ล้านบาท (ร้อยละ 3.80) ซึ่งเมื่อรวมค่าใช้จ่ายในส่วนของคุณค่าบริการเชิงสุขภาพและค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ เท่ากับ 57,791.74 ล้านบาท (ตารางที่ 4-10 และแผนภูมิที่ 4-47)

ตารางที่ 4-10 ประมาณการค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ ในภาพรวมของประเทศไทย) ในปี 2561

รายการ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ
1) ค่าโดยสารเครื่องบิน	145,170.74	20.59
2) ค่าโรงแรม/ สถานที่พัก	164,499.97	23.33
3) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	145,495.02	20.64
4) ค่าซื้อสินค้า	141,768.53	20.11
5) ค่าบริการท่องเที่ยว	30,880.10	4.38
6) ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง/ สันทนาการ	19,466.53	2.76
7) ค่าบริการเชิงสุขภาพ	30,918.57	4.39
8) ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ	26,873.17	3.80
รวม	705,072.63	100.00

แผนภูมิที่ 4-47 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2561

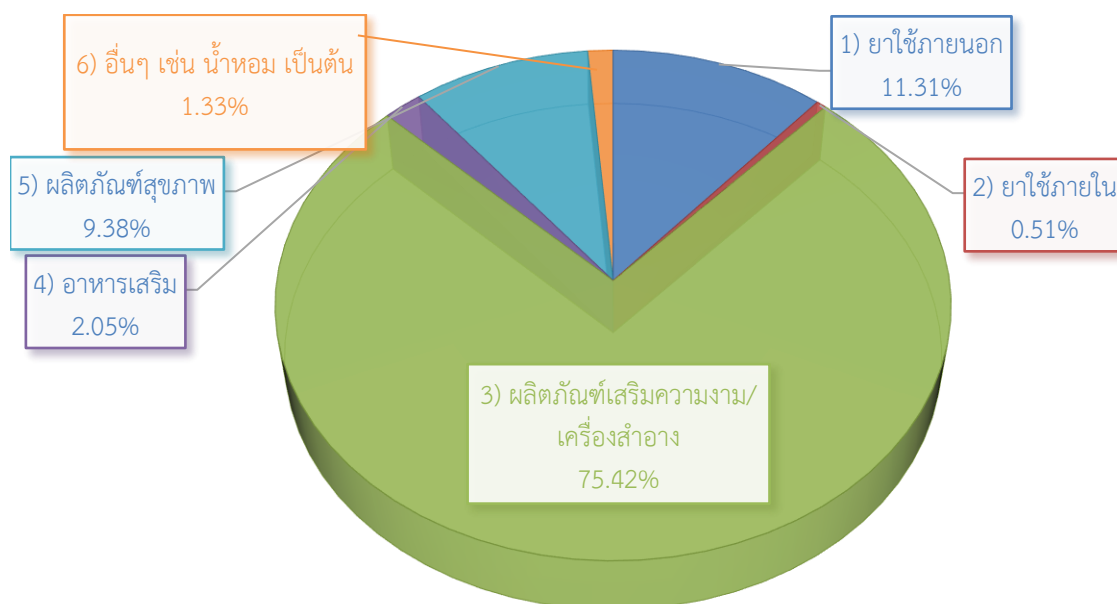


ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพในปี 2561 จำนวน 26,873.14 ล้านบาท นั้น ประกอบด้วย ค่าซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง มากที่สุด จำนวน 20,267.85 ล้านบาท (ร้อยละ 75.42) รองลงมา ยาภายนอก จำนวน 3,040.43 ล้านบาท (ร้อยละ 11.31) และค่าผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 2,520.20 ล้านบาท (ร้อยละ 9.38) ตามลำดับ (ตารางที่ 4-11 และแผนภูมิที่ 4-48)

ตารางที่ 4-11 จำนวนเงินและสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวมของประเทศไทย ในปี 2561 จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ

รายการ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ
1) ยาใช้ภายนอก	3,040.43	11.31
2) ยาใช้ภายใน	138.34	0.51
3) ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง	20,267.85	75.42
4) อาหารเสริม	550.22	2.05
5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	2,520.20	9.38
6) อื่นๆ เช่น น้ำหอม เป็นต้น	356.10	1.33
รวม	26,873.14	100.00

แผนภูมิที่ 4-48 สัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2561 จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ



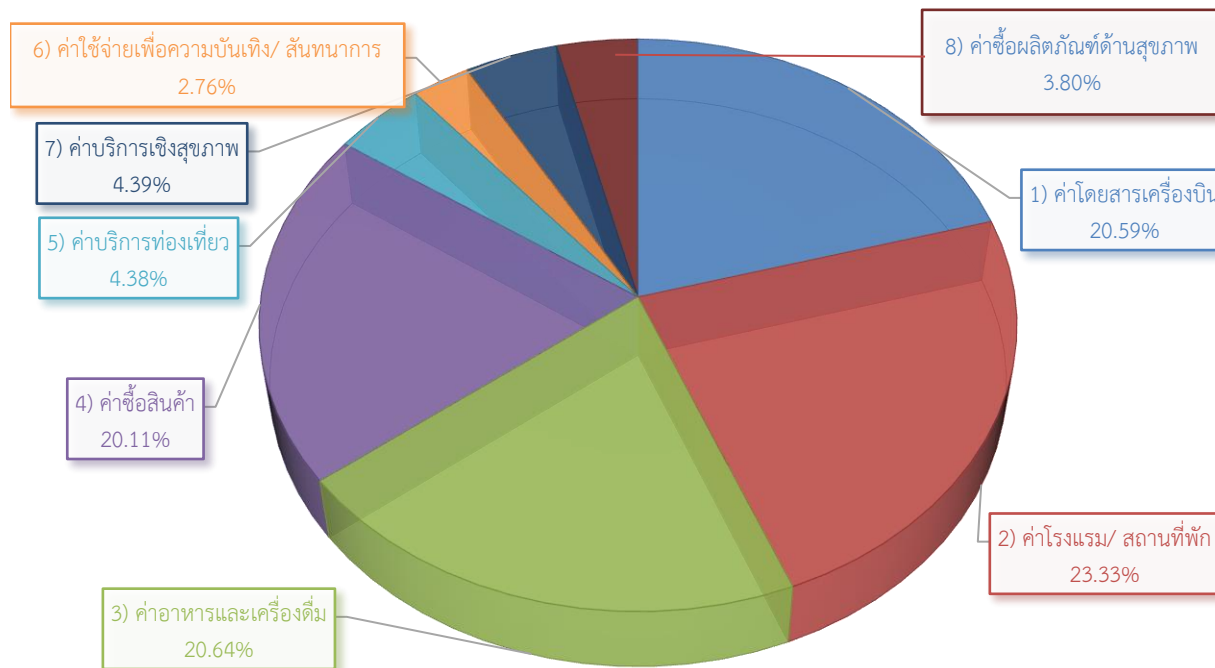
สำหรับในปี 2562 สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 39.5 ล้านคน และเมื่อนำผลจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2555 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มาประมวลผลในแนวทางเดียวกับปี 2561 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 46.20 ใช้บริการเชิงสุขภาพ คิดเป็นจำนวน 18,249,000 คน โดยในส่วนนี้ ร้อยละ 91.93 ใช้บริการนวดแผนไทย และร้อยละ 12.55 ใช้บริการสปา ดังนั้นจึงประมาณการว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 16,776,305 คน และใช้บริการสปา จำนวน 2,290,249 คน

จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยและใช้บริการสปาดังกล่าวข้างต้น และค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพตามตารางที่ 4-9 สามารถประมาณการค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2562 จำนวน 729,483.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านบริการเชิงสุขภาพ จำนวน 31,989.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 และเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ จำนวน 27,803.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 (ตารางที่ 4-12 และแผนภูมิที่ 4-49) และเมื่อรวมค่าใช้จ่ายในส่วนของการใช้บริการเชิงสุขภาพและค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพจะเท่ากับ 59,792.62 ล้านบาท

ตารางที่ 4-12 ประมาณการค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ ในภาพรวมของประเทศไทย) ในปี 2562

รายการ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ
1) ค่าโดยสารเครื่องบิน	150,196.84	20.59
2) ค่าโรงแรม/ สถานที่พัก	170,195.29	23.33
3) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	150,532.35	20.64
4) ค่าซื้อสินค้า	146,676.84	20.11
5) ค่าบริการท่องเที่ยว	31,949.23	4.38
6) ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง/ สันทนาการ	20,140.50	2.76
7) ค่าบริการเชิงสุขภาพ	31,989.04	4.39
8) ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ	27,803.58	3.80
รวม	729,483.67	100.00

แผนภูมิที่ 4-49 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2562

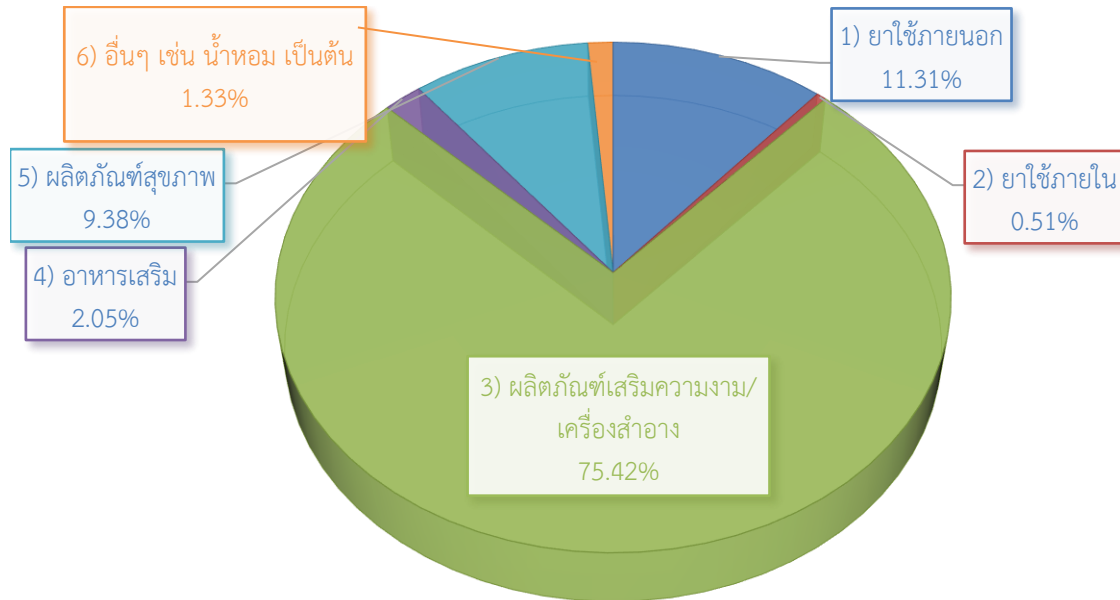


ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพในปี 2562 จำนวน 27,803.56 ล้านบาท นั้น ประกอบด้วย ค่าซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง มากที่สุด จำนวน 20,969.57 ล้านบาท (ร้อยละ 75.42) รองลงมา ยาภายนอก จำนวน 3,145.69 ล้านบาท (ร้อยละ 11.31) และค่าผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 2,607.46 ล้านบาท (ร้อยละ 9.38) ตามลำดับ (ตารางที่ 4-11 และแผนภูมิที่ 4-48)

ตารางที่ 4-13 จำนวนเงินและสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาพรวมของประเทศไทย ในปี 2562 จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ

รายการ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ
1) ยาใช้ภายนอก	3,145.69	11.31
2) ยาใช้ภายใน	143.13	0.51
3) ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง	20,969.57	75.42
4) อาหารเสริม	569.28	2.05
5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	2,607.46	9.38
6) อื่นๆ เช่น น้ำหอม เป็นต้น	368.43	1.33
รวม	27,803.56	100.0

แผนภูมิที่ 4-50 สัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ในภาพรวมของประเทศไทย ปี 2562 จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารขับเคลื่อนและสนับสนุนนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical and Wellness Tourism) เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ต่อมากรมสนับสนุนบริการสุขภาพได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560-2569) โดยกำหนดวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก (Thailand Hub of Wellness and Medical Services) ภายใน 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2560-2569)” โดยในยุทธศาสตร์การพัฒนาประกอบด้วย 7 ยุทธศาสตร์ ซึ่งในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ มีกลยุทธ์ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบบริหารจัดการให้มีความพร้อม กลยุทธ์ดังกล่าวจะต้องพัฒนาในด้านระบบสารสนเทศและข้อมูลที่สำคัญรองรับนโยบาย Medical Hub เป็นกิจกรรมหลักเพื่อสร้างฐานข้อมูลสนับสนุนแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ และส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติของประเทศไทยตามนโยบาย

ข้อมูลด้าน Medical Hub ปัจจุบันยังกระจายอยู่ตามหน่วยงานต่างๆ ขาดการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ดังนั้น เมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2560 คณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติได้มีมติเห็นชอบ (ร่าง) การจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง กรมสนับสนุนบริการสุขภาพกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ และศูนย์วิจัยกสิกรไทย ในการจัดทำ (ร่าง) ดังกล่าว

ข้อมูลด้าน Medical Hub บางส่วนยังไม่มีหน่วยงานใดจัดเก็บจำเป็นต้องจัดเก็บเพิ่มเติมโดยวิธีการเฉพาะเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ดังนั้น กรมสนับสนุนบริการสุขภาพจึงได้ดำเนินการ “การจ้างทำการวิจัยและสำรวจเพื่อดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้าน Medical Hub เพื่อการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub” ในครั้งนี้ เพื่อให้กองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มีข้อมูลสำหรับการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub (Medical Hub Intelligence Center: MHIC) และมีฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและพัฒนาผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานต่างๆ สามารถนำข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเหมาะสม อีกทั้งเพื่อให้มีข้อมูลสำหรับติดตามผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

ในการวิจัยและสำรวจในครั้งนี้มุ่งเน้นที่การสำรวจข้อมูลปฐมภูมิในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและใช้บริการด้านการแพทย์ และใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ)

1. สรุปผลการศึกษา

การสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและใช้บริการด้านการแพทย์กับบริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) ดำเนินการสำรวจในสถานพยาบาลชั้นนำของประเทศ เช่น ณ สถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรี แม่ฮ่องสอน สระบุรี และหนองคาย เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลพญาไท 2 โรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลอินทินเตอร์เนชั่นแนล โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลพระราม 9 โรงพยาบาลวิภาวดี โรงพยาบาลเซ็นทรัลเชียงใหม่โมเดิร์นไฮลด์ โรงพยาบาลช้างเผือก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม โรงพยาบาลกรุงเทพ (ภูเก็ต) โรงพยาบาลปางมะผ้า และโรงพยาบาลสระบุรี เป็นต้น และในสถานบินหลัก 3 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต สามารถสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ จำนวน 1,534 ตัวอย่าง¹ ประกอบด้วยกลุ่มที่ใช้บริการด้านการแพทย์ จำนวน 475 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.96) และกลุ่มที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ จำนวน 1,124 ตัวอย่าง (ร้อยละ 73.27) ผลการสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การใช้บริการด้านการแพทย์

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์เป็นเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 58.86 ต่อ ร้อยละ 41.14) อยู่ในช่วงอายุ 45-54 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 27.85) รองลงมา มีอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 25.53) สมรสแล้วเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.95)
- ประกอบอาชีพที่หลากหลายทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเป็นเจ้าของกิจการในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 30.59) รองลงมา เป็นแม่บ้าน (ร้อยละ 14.56) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 14.14) เกษียณอายุ (ร้อยละ 13.08) เป็นต้น
- มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.25) มีรายได้ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อเดือนเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.61)
- กลุ่มตัวอย่างเป็นคนในเอเชียเป็นส่วนใหญ่ โดยเป็นสัญชาติจีนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 4.64) รองลงมา เมียนมา (ร้อยละ 4.22) ลาว (ร้อยละ 2.32) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 1.05) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 0.84) และประเทศอื่นๆ (ร้อยละ 86.92) ตามลำดับ

การทราบเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย และสื่อที่ทำให้ทราบ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.97) ทราบเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 64.75) รองลงมา ทราบจากที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/

¹ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางส่วนใช้บริการทั้ง บริการด้านการแพทย์ และบริการเชิงสุขภาพ

บริษัทตัวแทนด้านสุขภาพ (ร้อยละ 24.46) บริษัทหน้าเที่ยว (ร้อยละ 20.86) และเว็บไซต์ของสถานพยาบาล (ร้อยละ 19.90)

ความตั้งใจและสาเหตุที่มาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.86) ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย ตั้งแต่ก่อนเดินทางมาประเทศไทย มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 11.14) ที่ไม่ได้ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ เนื่องจากหลายสาเหตุ เช่น เจ็บป่วย/ ได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุในระหว่างเดินทาง (ร้อยละ 48.00) ชื่อเสียงบริการทางการแพทย์/ สถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 30.00)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย 5 อันดับแรก ได้แก่

(1) ราคาค่าบริการในประเทศไทยต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับบริการระดับเดียวกัน (ร้อยละ 85.50) โดยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 42.71) และอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 28.64)

(2) ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 84.30) โดยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 61.75) และอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 27.05)

(3) ชื่อเสียงของแพทย์ในประเทศไทย (ร้อยละ 77.68) โดยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 63.13) และอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 27.93)

(4) การแนะนำของแพทย์ภายในประเทศตนเอง (ร้อยละ 76.17) โดยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.94) และอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 31.45)

(5) การแนะนำของที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/ตัวแทนด้านสุขภาพ (ร้อยละ 40.46) โดยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 42.80) และอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 33.74)

การติดต่อประสานงานกับสถานบริการด้านการแพทย์/ ตัวแทนสถานบริการด้านการแพทย์ก่อนเดินทางมาใช้บริการในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.60) ติดต่อประสานงานล่วงหน้ากับสถานบริการด้านการแพทย์/ ตัวแทนสถานบริการด้านการแพทย์ ก่อนเดินทางมาใช้บริการในประเทศไทย โดยใช้ช่องทางการติดต่อหลากหลายช่องทาง 1) แคนเตอร์บริการในประเทศ ได้รับความสะดวกในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 85.45) 2) ผ่านตัวแทน ได้รับความสะดวกในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 84.88) 3) โทรศัพท์ ได้รับความสะดวกในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 84.23) 4) อีเมล ได้รับความสะดวกในระดับดี (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 82.50) และ 5) บุคลากรร่วมงาน Event ในประเทศ ได้รับความสะดวกในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 63.53)

สถานบริการด้านการแพทย์หลักที่ใช้บริการในครั้งนี้ สถานบริการด้านการแพทย์หลักที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้บริการเป็นโรงพยาบาลเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 92.70)

ประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.21) โดยเป็นประเภท ผู้ป่วยนอก (OPD) เฉลี่ย 1.09 ครั้ง และผู้ป่วยใน (IPD) เฉลี่ย 1.53 วัน รองลงมา การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็น และกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 8.58) โดยเป็นประเภท OPD เฉลี่ย 1.80 ครั้ง และ IPD เฉลี่ย 3.44 วัน การรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 8.37) โดยเป็นประเภท OPD เฉลี่ย 1.12 ครั้ง และ IPD เฉลี่ย 30.17 วัน การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ

(ร้อยละ 4.08) โดยเป็นประเภท OPD เฉลี่ย 1.13 ครั้ง และ IPD เฉลี่ย 2.18 วัน และทันตกรรม (ร้อยละ 4.08) โดยเป็นประเภท OPD เฉลี่ย 2.00 ครั้ง และ IPD เฉลี่ย 2.67 วัน

ประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้อย่างจำแนกตามสัญชาติ

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนใช้บริการรักษาผู้มีบุตรยากในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 62.50) รองลงมา ใช้บริการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 18.75) ใช้บริการทันตกรรมกับการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 12.50 เท่ากัน) และใช้บริการเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ (ร้อยละ 6.25)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 35.00) รองลงมา บริการทันตกรรม (ร้อยละ 25.00) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจและการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 10.00 เท่ากัน)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ใช้บริการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.0)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวลาวทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) ใช้บริการตรวจสุขภาพ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นใช้บริการเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ ใช้บริการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ และบริการสุขภาพ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 33.3)

ประเภทบริการด้านการแพทย์ที่ใช้บริการในครั้งนี้อย่างจำแนกตามช่วงรายได้/เดือน

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 43.17) รองลงมา การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ (ร้อยละ 7.91) และการรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 7.19) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ 1,000 - 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 51.81) รองลงมา การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 10.24) และการรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 8.43) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ 5,001 - 9,999 ดอลลาร์สหรัฐฯ/เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 57.81) รองลงมา การรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 10.94) และการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 9.38) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ 10,000 - 25,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 41.46) รองลงมา การรักษาโรคมะเร็ง บริการทันตกรรม และการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 9.76 เท่ากัน) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ 25,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/เดือน ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 57.69) รองลงมา การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 15.38) และการรักษาโรคมะเร็ง (ร้อยละ 7.69) ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้มากกว่า 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ/เดือนขึ้นไป ใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 63.33) รองลงมา การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 13.33) และการรักษาโรคมะเร็ง และบริการทันตกรรมในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 6.67) ตามลำดับ

รูปแบบการจ่ายเงินค่าใช้บริการด้านการแพทย์/ การรักษาพยาบาล กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.32) จ่ายเงินเอง เพื่อเป็นค่าใช้บริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาล มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 9.00) ที่มีประกันสุขภาพ/ ประกันอุบัติเหตุ นอกนั้นใช้สิทธิรัฐสวัสดิการ (ร้อยละ 0.82) และสิทธิประกันสังคม (ร้อยละ 1.02)

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และลาว ส่วนใหญ่จ่ายเงินเองเพื่อเป็นค่าบริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาล (ร้อยละ 95.00, 78.26, 80.00, และ 91.67 ตามลำดับ)
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.67) มีประกันสุขภาพ/ ประกันอุบัติเหตุ เพื่อเป็นค่าบริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาล

ระดับความคุ้มค่าในการใช้บริการด้านการแพทย์/ การรักษาพยาบาลในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ มีความเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทางการแพทย์ / การรักษาพยาบาลในประเทศไทยมีความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 41.72) และอยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 24.30) ในขณะที่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 31.18 และอยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 2.80

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน เห็นว่ามีความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากขึ้นไป และระดับน้อย-ปานกลางมีสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจีน เห็นว่าค่ารักษาพยาบาลสูงเกินไป เมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และญี่ปุ่น เห็นว่ามีความคุ้มค่าอยู่ในระดับปานกลางลงมาในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 75.00 และร้อยละ 66.67 ตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และญี่ปุ่น เห็นว่าค่ารักษาพยาบาลสูงเกินไป เมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ และลาว เห็นว่ามีความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากขึ้นไป ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 80.00 และ ร้อยละ 63.63 ตามลำดับ)

ความต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุง/ เพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ มีความต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุง/ เพิ่มเติมในการให้บริการด้านการแพทย์ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ขยายระยะเวลาของวีซ่าให้ยาวนานขึ้น (ร้อยละ 35.44) 2) ล่ามภาษา (ร้อยละ 29.11) 3) ช่องทางการติดต่อสถานพยาบาลให้มีความสะดวก ง่าย และรวดเร็ว (ร้อยละ 28.27) 4) ความพร้อมด้านเครื่องมือแพทย์ (ร้อยละ 14.77) และ 5) แพทย์เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (ร้อยละ 12.87)

จุดเด่นของบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ มีความเห็นว่าบริการด้านการแพทย์ของประเทศไทยมีจุดเด่น 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) คุณภาพของบุคลากรทางการแพทย์ (ร้อยละ 58.77) 2) ความทันสมัยของเครื่องมือ/อุปกรณ์ (ร้อยละ 46.49) 3) อัตราค่ารักษาพยาบาลที่ถูกเปรียบเทียบกับคุณภาพของบริการ (ร้อยละ 41.23) 4) การอำนวยความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ (ร้อยละ 36.18) และ 5) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนไข้/ ญาติ/ ผู้ติดตาม (ร้อยละ 29.39)

การซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.01) ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 20.99) ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยซื้อจากห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 96.94) รองลงมา รองลงมา ร้านค้าทั่วไป (ร้อยละ

29.59) และซื้อผ่านเว็บไซต์ (ร้อยละ 6.12) ส่วนร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 2.04) ตามลำดับ

การกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีกในอนาคต กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.86) จะกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ แสดงถึงความประทับใจในการใช้บริการด้านการแพทย์ของประเทศไทย

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาว จีน มาเลเซีย ลาว และญี่ปุ่น รวมทั้งประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่ จะกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ
- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) ไม่กลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ

ปัญหาอุปสรรคที่ประสบในการเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์บางส่วน มีความเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่ประสบในการเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย ในด้านการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ นอกจากนี้ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวต้องดูแลนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการทางการแพทย์ที่เป็นกลุ่มใหญ่ส่งผลให้การดูแลค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับจำนวนเงินที่จ่ายไป

การแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จักให้มาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 99.13) จะแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จักให้มาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

การพิจารณาเลือกประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศไทย เพื่อใช้บริการด้านการแพทย์ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 81.54) ไม่ได้พิจารณาเลือกประเทศอื่นเพื่อใช้บริการด้านการแพทย์ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 18.46) ที่พิจารณาเลือกประเทศอื่นด้วย เช่น สิงคโปร์ เป็นต้น

จำนวนครั้งในการเดินทางเพื่อใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ และในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2562 ในระหว่างปี พ.ศ. 2559-2562 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์เดินทางไปใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ เฉลี่ย 3.91 ครั้ง ซึ่งในส่วนนี้เป็นการเดินทางมาประเทศไทย เฉลี่ย 3.03 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 77.49 ของการไปใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำรวจ จำนวน 475 คน เป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์ จำนวน 426 ตัวอย่าง (ร้อยละ 89.68) และกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจมาใช้บริการ จำนวน 49 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.32) โดยในกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจมาใช้บริการด้านการแพทย์จะไม่ได้มีการนัดหมายกับสถานพยาบาลล่วงหน้า สาเหตุที่ใช้บริการ เช่น ประสบอุบัติเหตุ เพื่อน/ ญาติ/ คนรู้จัก ชักชวน เป็นต้น โดยประเภทบริการที่ใช้เป็นโรคที่ไม่รุนแรง เช่น ทันตกรรม การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็น และกล้ามเนื้อ เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ การตรวจสุขภาพ เป็นต้น

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางมาใช้บริการด้านการแพทย์ในครั้งนี้เฉลี่ย 254,202.46 บาท/ คน/ ทริป ในขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีค่าใช้จ่าย 49,141.58 บาท/ คน/ ทริป² จึงเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 5.17 เท่า โดยเป็นค่าใช้จ่ายบริการทางการแพทย์ จำนวน 183,858.80 บาท คิดเป็นร้อยละ 72.33 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในขณะที่ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพมีสัดส่วนไม่สูงมาก (ร้อยละ 0.92) ส่วนที่เหลือเป็นค่าใช้จ่ายการเดินทาง ค่าโรงแรม/ สถานที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซื้อสินค้า ฯลฯ ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วไป

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทของบริการด้านการแพทย์ที่ใช้พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 50.21) นอกนั้นจะใช้บริการด้านการแพทย์ที่หลากหลาย เช่น การรักษากระดูก ข้อต่อ เส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ ร้อยละ 8.58 การรักษาโรคมะเร็ง ร้อยละ 8.37 การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ ร้อยละ 4.08 เป็นต้น สำหรับในด้านค่ารักษาพบว่า การเปลี่ยนถ่ายอวัยวะมีค่ารักษาสูงสุด ประมาณ 2,010,000 บาท/คน รองลงมาเป็น ค่ารักษาโรคมะเร็ง 705,521.22 บาท/คน ค่าศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ 502,761.29 บาท/คน การรักษามะเร็งผิวหนัง 484,562.50 บาท/คน เป็นต้น

ในส่วนของค่าใช้จ่ายในซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพนั้น พบว่า เป็นการซื้อยาใช้ภายใน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 58.72) รองลงมา ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง (ร้อยละ 16.66) ยาใช้ภายนอก (ร้อยละ 14.39) สำหรับค่าใช้จ่ายซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของคนที่ยื่นพบว่า เป็นค่ายาใช้ภายใน มากที่สุด 9,683.91 บาท/คน/ทริป รองลงมา ค่ายาใช้ภายนอก 4,300 บาท/คน/ทริป ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง 4,003.03 บาท/คน/ทริป

ประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในภาพรวมของประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 38,178,194 คน และจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2555 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา³ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 1.6 มีวัตถุประสงค์หลักมาใช้บริการด้านการแพทย์ก่อนเดินทางมาประเทศไทย ดังนั้นในการประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์จึงใช้สัดส่วนดังกล่าวในการประมาณการจำนวนผู้มาใช้บริการด้านการแพทย์ทั้งหมด ซึ่งสามารถประมาณได้ว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยในปี 2561 จำนวน 610,851 คน รวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์จำนวนทั้งสิ้นประมาณ 112,331.25 ล้านบาท/ ปี โดยเป็นค่าการรักษาโรคมะเร็งในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 29.90) รองลงมา เป็นค่าการตรวจสุขภาพ (ร้อยละ 7.66) ค่ารักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 5.69) ค่าการรักษาผู้มีบุตรยาก (ร้อยละ 3.88) ค่าการปลูกถ่ายอวัยวะ (ร้อยละ 4.61) ค่าการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ (ร้อยละ 3.46) ตามลำดับ ในส่วนของการประมาณการค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางการแพทย์มีมูลค่า 1,421.02 ล้านบาท โดยเป็นการซื้อยาภายในมากที่สุด (ร้อยละ 58.72) รองลงมา ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/เครื่องสำอาง

² สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานสถิติท่องเที่ยว ปี 2561

³ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ ตามแนวทางพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย ปี 2561

(ร้อยละ 16.66) ยาใช้ภายนอก (ร้อยละ 14.39) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ร้อยละ 6.49) และอาหารเสริม (ร้อยละ 3.74) ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อรวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์ และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางการแพทย์ จะมีมูลค่าประมาณ 113,752.28 ล้านบาท

สำหรับในปี 2562 สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 39.5 ล้านคน และเมื่อนำผลจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2555 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มาประมวลผลในแนวทางเดียวกับปี 2561 สามารถประมาณได้ว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีวัตถุประสงค์หลักมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยในปี 2562 จำนวน 632,000 คน รวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์จำนวนทั้งสิ้นประมาณ 121,917.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 8.53 และประมาณการค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางการแพทย์ มีมูลค่า 1,430.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 0.64 รวมค่าใช้จ่ายบริการด้านการแพทย์ และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพประมาณ 123,348.01 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 พบว่าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.44

1.2 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ

การสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยและใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) ดำเนินการสำรวจใน 3 สนามบินหลัก ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต และ ณ สถานพยาบาลเอกชนชั้นนำของประเทศไทย สามารถสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้จำนวน 1,124 ราย หรือร้อยละ 73.27 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ

- กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพเป็นเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 70.37 ต่อ ร้อยละ 29.63) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 44.31) เป็นโสดในสัดส่วนใกล้เคียงกับสมรสแล้ว (ร้อยละ 50.09 และร้อยละ 48.31 ตามลำดับ)
- ประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเป็นพนักงานบริษัทเอกชนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 24.38) และเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 20.73)
- มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปมากที่สุด (ร้อยละ 76.16)
- มีรายได้ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือนเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.54) โดยเป็นสัญชาติจีนมากที่สุด (ร้อยละ 76.90) รองลงมา มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และลาว (ร้อยละ 13.35, 2.90, 1.51 และ 0.44 ตามลำดับ)

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการด้านสปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ

1) การทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมากกว่าครึ่งเล็กน้อย (ร้อยละ 53.30) ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คน

รู้จักแนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 50.00) รองลงมา สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 39.97) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 28.60) บริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 15.22) ตามลำดับ

2) การรู้จักประเภทของบริการเชิงสุขภาพของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย

สปา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 16.18) ที่รู้จักบริการสปาของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 36.55) รองลงมา สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 17.24) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 15.86) เว็บไซต์ผู้ให้บริการสปา นวดแผนไทย/น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ (ร้อยละ 12.41) ตามลำดับ

นวดแผนไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 94.09) รู้จักบริการนวดแผนไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำมากที่สุด (ร้อยละ 29.74) รองลงมา ทราบจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 25.12) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 15.70) ตามลำดับ

น้ำพุร้อน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 4.46) ที่รู้จักบริการน้ำพุร้อนของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 64.86) รองลงมา ทราบจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (ร้อยละ 13.51)

การใช้ปัจจัยด้านบริการเชิงสุขภาพต่างๆ เพื่อการประกอบการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 54.77) ใช้ปัจจัยด้านบริการเชิงสุขภาพเป็นปัจจัยประกอบการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย โดยสนใจมาใช้บริการนวดแผนไทยในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 97.21) รองลงมา สนใจมาใช้บริการสปา (ร้อยละ 9.69)

ประเภทสื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพต่างๆ ระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพจากสื่อทางอินเทอร์เน็ตในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 48.57) รองลงมา เป็นสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ (ร้อยละ 35.92) ทราบจากมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 24.42) และทราบจากสื่อสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 17.91) โดยเป็นวารสารด้านการท่องเที่ยวในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 43.78) และเอกสารแนะนำบริการของโรงแรม (ร้อยละ 37.31)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเชิงสุขภาพ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) การแนะนำของญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 46.35) 2) การแนะนำของมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 28.79) 3) ข้อมูลจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ (ร้อยละ 21.48) 4) มีบริการภายในโรงแรมที่พัก (ร้อยละ 14.08) และ 5) การแนะนำของพนักงานโรงแรม/สถานพยาบาล (ร้อยละ 14.08)

ประเภทบริการเชิงสุขภาพที่ใช้บริการ

สปา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปาจะใช้บริการประเภท Day spa ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 47.55) รองลงมา Hotel & Resort Spa (ร้อยละ 30.77) Club spa (ร้อยละ 9.09) และ Medical Spa (ร้อยละ 4.90) โดยใช้บริการในหลายจังหวัด เช่น กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปาเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 69.11 ต่อ ร้อยละ 30.89) มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 45.53) และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 1,000 - 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 44.72)

นวดแผนไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทย ใช้บริการนวดแผนไทยซึ่งตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับสถานพักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 46.93) รองลงมา ใช้บริการนวดแผนไทยบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 32.17) ใช้บริการนวดแผนไทยภายในสถานที่พักผ่อน (ร้อยละ 15.10) โดยใช้บริการในหลายจังหวัด เช่น กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี เป็นต้น

ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเชิงสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ เห็นว่าการให้บริการเชิงสุขภาพมีความคุ้มค่าอยู่ในระดับปานกลางในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 51.20) อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 26.10) และอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.72) ในขณะที่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ (17.76) และอยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 4.30) แสดงให้เห็นว่าบริการเชิงสุขภาพของไทยมีราคาแพงเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพบริการที่ได้รับ

สิ่งที่ประทับใจที่สุดในการใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่น ๆ

สปา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา มีความประทับใจจากการใช้บริการสปาในด้านการบริการที่ดีต่อสุขภาพ การให้บริการของพนักงานที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี สถานที่สะอาด รวมทั้งราคาค่าบริการ

นวดแผนไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยมีความประทับใจต่อบริการนวดแผนไทยที่ช่วยให้ร่างกายมีความผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี ค่าบริการไม่สูง เป็นบริการที่ดี พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่แตกต่างจากที่เคยได้รับบริการจากที่อื่น

จุดเด่นและจุดด้อยของบริการเชิงสุขภาพ

สปา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา มีความเห็นว่าสปาที่มีจุดเด่นมากกว่าจุดด้อยในทุกประเด็นที่ประเมิน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มาตรฐานการให้บริการ มากที่สุด รองลงมา ความเป็นกันเองของพนักงาน สถานที่ให้บริการ สมุนไพรที่ใช้ และราคา ตามลำดับ

นวดแผนไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยมีความเห็นว่านวดแผนไทยมีจุดเด่นมากกว่าจุดด้อยในทุกประเด็นที่ประเมิน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความเป็นกันเองของพนักงาน มากที่สุด รองลงมา มาตรฐานการให้บริการ สถานที่ให้บริการ สมุนไพรที่ใช้ และราคา ตามลำดับ

น้ำพุร้อน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการน้ำพุร้อนมีความเห็นว่าต่อจุดเด่นของน้ำพุร้อน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ สถานที่ให้บริการ มากที่สุด รองลงมา สมุนไพรที่ใช้ มาตรฐานการให้บริการ ราคา และความเป็นกันเองของพนักงาน ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต ปัจจัย 5 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต ได้แก่ 1) ทักษะความเชี่ยวชาญ ทัศนคติ ทัศนคติของพนักงาน ค่าเฉลี่ยร้อยละ 89.24) 2) มาตรฐานการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 88.08) 3) ภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 85.12) 4) คุณภาพของวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 84.89) และ 5) อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 84.70)

การรับรู้เกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.55) ไม่ทราบเกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

จังหวัดที่ต้องการไปใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ ในอนาคต กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ มีความเห็นเกี่ยวกับจังหวัดที่ต้องการไปใช้บริการเชิงสุขภาพในอนาคต ได้แก่ กรุงเทพมหานคร มากที่สุด (ร้อยละ 66.81) รองลงมา ชลบุรี (ร้อยละ 23.46) เชียงใหม่ (ร้อยละ 3.78) และภูเก็ต (ร้อยละ 2.70) ตามลำดับ

การจะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพ ในประเทศไทยอีกในอนาคต กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.04) จะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพ ในประเทศไทยอีกในอนาคต

- นักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และลาว รวมทั้งประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ ในประเทศไทยอีกในอนาคต
- นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทั้งหมด (ร้อยละ 100.00) จะไม่กลับมาใช้บริการด้านสุขภาพของไทยอีกในอนาคต

การแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย

สปา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.23) จะแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการสปาในประเทศไทย

นวดแผนไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 99.01) จะแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการนวดแผนไทย

น้ำพุร้อน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการน้ำพุร้อนมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 23.18) จะแนะนำญาติ/ เพื่อน/ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการน้ำพุร้อน

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ เฉลี่ย 39,973.91 บาท/ คน/ ทริป

ประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ (สปา/นวดแผนไทย/น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ) ในภาพรวมของประเทศไทย จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 38,178,194 คน และจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2555 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 46.20 ใช้บริการเชิงสุขภาพ คิดเป็นจำนวน 17,638,326 คน โดยในสัดส่วนนี้ ร้อยละ 91.93 ใช้บริการนวดแผนไทย และร้อยละ 12.55 ใช้บริการสปา จึงประมาณการว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 16,214,913 คน และใช้บริการสปา จำนวน 2,213,610 คน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพในภาพรวมของประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายทั้งหมด จำนวน 705,072.63 ล้านบาท โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านบริการเชิงสุขภาพ จำนวน 30,918.57 ล้านบาท (ร้อยละ 4.39) และเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ จำนวน 26,873.17 ล้านบาท (ร้อยละ 3.80)

สำหรับค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าบริการเชิงสุขภาพ จำนวน 30,918.57 ล้านบาท เป็นค่าบริการนวดแผนไทยมากที่สุด จำนวน 20,965.39 ล้านบาท (ร้อยละ 67.81) และเป็นค่าบริการสปา จำนวน 8,035.96 ล้านบาท (ร้อยละ 25.99) และในส่วนของค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ จำนวน 26,873.17 ล้านบาท เป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอางมากที่สุด จำนวน 20,267.85 ล้านบาท (ร้อยละ 75.42) รองลงมา ยาภายนอก จำนวน 3,040.43 ล้านบาท (ร้อยละ 11.31) และค่าผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 2,520.20 ล้านบาท (ร้อยละ 9.38) ตามลำดับ

ในปี 2562 สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 39.5 ล้านคน และเมื่อนำผลจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์และบริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2555 ของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มาประมวลผลในแนวทางเดียวกับปี 2561 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 46.20 ใช้บริการเชิงสุขภาพ คิดเป็นจำนวน 18,249,000 คน โดยในสัดส่วนนี้ ร้อยละ 91.93 ใช้บริการนวดแผนไทย และร้อยละ 12.55 ใช้บริการสปา ดังนั้นจึงประมาณการว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 16,776,305 คน และใช้บริการสปา จำนวน 2,290,249 คน

จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยและใช้บริการสปาดังกล่าวข้างต้น และค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปในการท่องเที่ยวและใช้บริการเชิงสุขภาพ สามารถประมาณการค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2562 จำนวน 729,483.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านบริการเชิงสุขภาพ จำนวน 31,989.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 และเป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ จำนวน 27,803.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 ทั้งนี้ เป็นค่าซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอาง มากที่สุด จำนวน 20,969.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 รองลงมา ยาภายนอก จำนวน 3,145.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 0.39 และค่าผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 2,607.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.46 ตามลำดับ

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 การใช้บริการด้านการแพทย์

1) เนื่องจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ เป็นช่องทางที่สำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ของไทย และเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการแพทย์หรือไม่ ซึ่งสื่อบุคคลดังกล่าวจะให้ข้อมูลที่เป็นคุณต่อบริการด้านการแพทย์ไทย ก็ต่อเมื่อได้รับบริการที่คุ้มค่าและมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ดังนั้น ผู้ให้บริการด้านการแพทย์จึงควรให้ความสำคัญกับการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ไม่ควรฉวยโอกาสคิดค่าบริการสูงเกินควร

2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นอาเซียนและเอเชียเป็นตลาดบริการด้านการแพทย์ที่สำคัญ จึงควรศึกษาวิเคราะห์ตลาดบริการด้านการแพทย์ในประเทศเป้าหมาย เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งของบริการด้านการแพทย์ในประเทศนั้น เพื่อให้สามารถนำเสนอบริการผ่านสื่อที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ควรกำหนดมาตรฐานอัตราค่าบริการด้านการแพทย์ให้เหมาะสม เพื่อไม่ให้โรงพยาบาลแห่งใดแห่งหนึ่งฉวยโอกาสคิดค่ารักษาพยาบาลในอัตราที่สูงเกินจริง เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์บริการด้านการแพทย์โดยรวมของไทย

4) ควรให้ความสำคัญในด้านการประชาสัมพันธ์บริการด้านการแพทย์ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการให้บริการและสามารถสร้างรายได้สูง แทนที่จะให้บริการตรวจสุขภาพเป็นหลัก โดยควรศึกษาความต้องการบริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้บริการรักษาผู้มีบุตรยากในสัดส่วนมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ ใช้บริการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศเป็นส่วนใหญ่ เป็นต้น

5) ควรศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการด้านการแพทย์ในด้านความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สอดคล้องกับความต้องการให้มากที่สุด

6) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.86) จะกลับมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ ดังนั้น จึงควรส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กลับมาใช้บริการในประเทศไทยอีกในอนาคต โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ลาว และญี่ปุ่น

7) นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ทั้งหมดไม่กลับมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยอีก หากมีความจำเป็นต้องใช้บริการด้านการแพทย์ในต่างประเทศ แสดงให้เห็นว่ามีความไม่พึงพอใจต่อการเข้ามาใช้บริการครั้งนี้ในประเทศไทย และเป็นเพียงประเทศเดียวที่แสดงความคิดเห็นในลักษณะนี้ จึงควรดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงลึกเพื่อค้นหาสาเหตุที่แท้จริงต่อไป

8) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านการแพทย์มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาใช้บริการด้านการแพทย์ในครั้งนี้เฉลี่ย 254,202.46 บาท/คน/ทริป ในขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีค่าใช้จ่าย 49,141.58 บาท/คน/ทริป จึงเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 5.17 เท่า รัฐบาลควรให้

ความสนใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการสร้าง
ภาพลักษณ์ด้านการบริการด้านการแพทย์ให้ติดอันดับแรกๆ ของโลก

2.2 บริการเชิงสุขภาพ

1) สื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีบทบาทสำคัญในการทำให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลด้านบริการเชิงสุขภาพ ทั้งก่อนเดินทางมาประเทศไทย และในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น ผู้ให้บริการเชิงสุขภาพจึงควรให้ความสำคัญกับการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านความคุ้มค่าของบริการ โดยการพัฒนาคุณภาพบริการให้เหมาะสมกับราคา ไม่ควรฉวยโอกาสคิดค่าบริการสูง

2) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 16.18) ที่รู้จักบริการสปาของไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย โดยทราบจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ ในสัดส่วนมากที่สุด ในขณะที่ประเทศไทยมีสถานประกอบการสปาจำนวนมากและมีชื่อเสียง ดังนั้น จึงควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักสปาไทยในระดับโลกให้มากขึ้นผ่านสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว

3) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ เห็นว่า การให้บริการเชิงสุขภาพมีความคุ้มค่าอยู่ในระดับปานกลางในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 51.20) อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 26.10) ในขณะที่อยู่ในระดับมาก มีเพียงร้อยละ 17.76 และอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 4.30 ดังนั้นทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงจำเป็นต้องปรับปรุงมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการให้เหมาะสมกับราคาโดยด่วน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเกิดความคุ้มค่า เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริการเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะนวดแผนไทย

4) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.55) ไม่ทราบเกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จึงไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพพัฒนามาตรฐาน เพื่อให้ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทราบเกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสถานบริการสุขภาพ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ ณ สนามบินนานาชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ในช่วงกำลังเดินทางเข้าประเทศ

5) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และลาว รวมทั้งประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการเชิงสุขภาพต่างๆ ในประเทศไทยอีกในอนาคต ในขณะที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นทั้งหมด (ร้อยละ 100.00) จะไม่กลับมาใช้บริการด้านสุขภาพของไทยอีกในอนาคต จึงควรศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นต่อบริการเชิงสุขภาพของไทย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขการบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็น
ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569).
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2560). ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลาง
บริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub).(2560). เอกสารประกอบการประชุมคณะกรรมการ
**อำนวยการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub)
ครั้งที่ 1/2560. (21 ธันวาคม 2560).** กรุงเทพฯ: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ.
- กานดา อีรานนท์. (2561). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขัน
ในภูมิภาคอาเซียน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. 12 (Supplement). 22-34.
- สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2560). รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยี
และอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โครงการ
**พัฒนาผู้ประกอบการด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม Intellectual Property
Innovation Driven Enterprise (IP IDE Center).** ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- สมบัติ กาญจนกิจ และคณะ. (2561). การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย เพื่อ
เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเอเชีย. วารสารเอกสารข่าวสารงานวิจัยและพัฒนา.
17(187), 17-27.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2557) **โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพ.** กรุงเทพฯ: สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555) รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการส่งเสริมความเป็น
**ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และสุขภาพความแนวทางการพัฒนา เศรษฐกิจสามฝ่าย
อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย.** กรุงเทพฯ: สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการ
ท่องเที่ยวและกีฬา
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561) สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมเยือน
ชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ: สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยว
และกีฬา
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2561). **Thailand's MICE Industry
Report.** กรุงเทพฯ: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด.
- TAT Intelligence Center. (2561). **เข็มทิศท่องเที่ยว ไตรมาส 3/ 2561.** ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

เว็บไซต์

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2561). รายงานสรุปผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาประเทศไทย
ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ Medical Hub ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ :
ม.ป.ท. สืบค้นจาก https://www.gsb.or.th/getattachment/54bb1785-2451-4fc4-b866-4eb83da6dd4c/5IN_hotissue_Medicalhub_detail.aspx. เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2562

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562) **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/456556123456asdf/kar-thxng-theiyw-cheing-sukhphaph>. เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2562.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562) รายงานสถิตินักท่องเที่ยว ปี 2561. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=411 เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2562
- Bltbangkok. **ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทย บูมสุดขีด**. สืบค้นจาก <http://www.bltbangkok.com/News/%E0%94> เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2562 จาก <http://www.bltbangkok.com/News/%E0%94>
- Marketing oops. (2562) **เปิดฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เข้ามาเที่ยวเชิงการแพทย์ในไทย**. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/medical-tourism-2018/> เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2562
- S-CURVE Hub. (2562) **วางแผนต้นไทย Medical Hub Service แห่ง Asean เพื่อพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ**. สืบค้นจาก <https://scurvehub.com/article/detail/83>. เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2562.
- TAT Review. (2562). **ทิศทางการท่องเที่ยวไทยปี 2562**. สืบค้นจาก <http://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-thailand-2562/>. เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2562

ภาษาอังกฤษ

- Global Wellness Institute. (2015) **The Global Wellness Tourism Economy 2013 & 2014**.
Global Spa & Wellness Summit commissioned Research Reports
- Global Wellness Institute. (2017). **Global Wellness Ecoomy Monitor**.
- Xinyan Z, Haiyan S, George Q.H. (2009). **Tourism supply chain management: A new research agenda**. *Tourism Management*. 30:345 - 358.

ภาคผนวก

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ



NO.
□□□□

แบบสอบถาม
ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ต่อบริการด้านการแพทย์และบริการเชิงสุขภาพของประเทศไทย

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อบริการด้านการแพทย์และบริการเชิงสุขภาพของประเทศไทย เพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติของประเทศไทย จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

การเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ ท่านใช้บริการทางการแพทย์ หรือบริการเชิงสุขภาพ หรือไม่

- 1) ใช้บริการ 2) ไม่ได้ใช้บริการ (ยุติการสัมภาษณ์)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทาง

1. ประเทศถิ่นที่อยู่ (Residence)ประเทศที่เป็นสัญชาติ (Nationality).....
2. ลักษณะการจัดการเดินทางครั้งนี้ <input type="checkbox"/> 1) ผ่านบริษัททัวร์ <input type="checkbox"/> 2) จัดการเดินทางด้วยตนเอง
3. การเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้เป็นครั้งแรก ใช่หรือไม่ <input type="checkbox"/> 1) ครั้งแรก <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่ครั้งแรก เป็นครั้งที่..... (ในช่วงปี ค.ศ. 2016 - 2018)
4. ระยะเวลาที่ท่านสามารถเข้าพักในประเทศไทยในครั้งนี้อยู่ตามสิทธิ์ที่กำหนดใน VISAวัน ระยะเวลาที่ท่านพำนักจริง.....วัน
5. ในการเดินทางครั้งนี้มีผู้ร่วมเดินทาง คน (รวมตัวท่าน) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> 1) มาคนเดียว <input type="checkbox"/> 2) คู่รัก <input type="checkbox"/> 3) คู่สมรส <input type="checkbox"/> 4) บุตรคน <input type="checkbox"/> 5) ญาติ.....คน <input type="checkbox"/> 6) เพื่อน.....คน <input type="checkbox"/> 99) อื่นๆ ระบุ.....
6. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย ครั้งนี้ <input type="checkbox"/> 1) พักผ่อนในวันหยุด (Holiday) <input type="checkbox"/> 2) ประชุม/ พบปะสังสรรค์ (Meeting) <input type="checkbox"/> 3) เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา (Sports) <input type="checkbox"/> 4) ติดต่อธุรกิจ (Business) <input type="checkbox"/> 5) ค่าตอบแทน/รางวัลจากที่ทำงาน (Incentive) <input type="checkbox"/> 6) ใช้บริการทางการแพทย์และบริการสุขภาพ (Medical & Wellness) <input type="checkbox"/> 7) เพื่อการศึกษา (Education) <input type="checkbox"/> 8) เข้าร่วมการประชุม (Convention) <input type="checkbox"/> 9) แวะพักระหว่างเดินทาง (Transit) <input type="checkbox"/> 10) ทำงาน (Employment) <input type="checkbox"/> 11) ชมงานแสดงสินค้า (Exhibition) <input type="checkbox"/> 99) อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการทางการแพทย์ (Medical Service) (ตอบเฉพาะผู้ให้บริการทางการแพทย์)

1. ก่อนเดินทางมาประเทศไทย ท่านเคยทราบเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย มาก่อนหรือไม่

1) ไม่เคยทราบ

2) ทราบ ท่านทราบจากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

2.1) เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2.2) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว 2.3) เว็บไซต์ของสถานพยาบาล

2.4) เว็บไซต์ด้านการแพทย์ 2.5) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) 2.6) เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ

2.7) สื่อสิ่งพิมพ์ 2.8) บริษัทนำเที่ยว 2.9) ที่ปรึกษาด้านสุขภาพ / บริษัทตัวแทนด้านสุขภาพ

2.99) อื่นๆ ระบุ.....

2. ท่านใช้บริการทางการแพทย์ในครั้งนี้อยู่เพราะเหตุใด

1) ตั้งใจมาใช้บริการตั้งแต่ก่อนเดินทาง

2) ไม่ได้ตั้งใจมาใช้บริการ **โปรดระบุสาเหตุที่ใช้บริการ** (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

2.1) เจ็บป่วย/ได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุในระหว่างเดินทาง

2.2) การชักชวนจากบุคคลต่างๆ เช่น มัคคุเทศก์ ตัวแทนด้านการท่องเที่ยว แท็กซี่ เป็นต้น

2.3) รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์จากสื่อ/แหล่งข้อมูลต่างๆ ทำให้เกิดความสนใจ

2.4) ชื่อเสียงบริการทางการแพทย์/สถานพยาบาล ในประเทศไทย

2.99) อื่นๆ ระบุ.....

(ข้ามไปตอบข้อ 6)

3. ในกรณีที่ท่านตั้งใจมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย โปรดระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย โดยเรียงลำดับ 5 อันดับแรก และระบุระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
_____ 1) การแนะนำของแพทย์ภายในประเทศของท่าน					
_____ 2) การแนะนำของเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก					
_____ 3) การแนะนำของที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/ตัวแทนด้านสุขภาพ					
_____ 4) ราคาค่าบริการในประเทศไทยต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับบริการระดับเดียวกัน					
_____ 5) ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย					
_____ 6) ชื่อเสียงของแพทย์ในประเทศไทย					
_____ 7) มาตรฐานการให้บริการทางการแพทย์ (การได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านการแพทย์)					
_____ 8) ระบบประกันอุบัติเหตุสำหรับชาวต่างชาติ					
_____ 9) ระบบการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลตรง (imbursement)					
_____ 10) การเบิกจ่ายจากหลักประกันสุขภาพภาคเอกชน					
_____ 11) ระยะเวลาพำนัก					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ ในประเทศไทย	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
_____ 12) ค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร เป็นต้น ราคา มีความเหมาะสม ทำให้ค่าใช้จ่ายของญาติ/ผู้ติดตามต่ำ					
_____ 13) ความสะดวกในการเดินทางเข้าประเทศ					
_____ 14) มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีชื่อเสียง สำหรับผู้ป่วย/ ญาติ ท่องเที่ยวภายหลังใช้บริการทางการแพทย์แล้ว					
_____ 99) อื่นๆ (ระบุ)					

**4. ในกรณีที่ท่านตั้งใจมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ท่านติดต่อประสานงานกับสถานบริการทางการแพทย์/
 ตัวแทนสถานบริการทางการแพทย์ ก่อนเดินทางมาใช้บริการในประเทศไทยหรือไม่**

1) ไม่ได้ติดต่อประสานงานล่วงหน้า

2) ติดต่อประสานงานล่วงหน้า โดยผ่านช่องทาง

ช่องทางการติดต่อประสานงาน	ระดับการอำนวยความสะดวกที่ได้รับ				
	ไม่ดีมาก (1)	ไม่ดี (2)	ปานกลาง (3)	ดี (4)	ดีมาก (5)
2.1) อีเมลล์					
2.2) โทรศัพท์					
2.3) เคาน์เตอร์บริการในประเทศ					
2.4) ผ่านตัวแทน					
2.5) บูธ จากการเข้าร่วมงาน event ในประเทศ					
2.99) อื่นๆ (ระบุ)					

5. ในระหว่างปี ค.ศ. 2016 - 2019 ท่านเดินทางเพื่อใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย (รวมครั้งนี้) ครั้ง

6. สถานบริการทางการแพทย์หลักที่ท่านใช้บริการในครั้งนี้

_____ 1) โรงพยาบาลรัฐ ระบุชื่อ.....

_____ 2) โรงพยาบาลเอกชน ระบุชื่อ.....

_____ 3) คลินิกทั่วไป

_____ 4) คลินิกเฉพาะทาง ระบุชื่อ.....

_____ 99) อื่นๆ (ระบุ)

7. บริการทางการแพทย์ที่ท่านใช้บริการ ในครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บริการทางการแพทย์	ประเภท/ ระยะเวลา
<input type="checkbox"/> 1) เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน
<input type="checkbox"/> 2) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน
<input type="checkbox"/> 3) การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน
<input type="checkbox"/> 4) บริการทันตกรรม	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน
<input type="checkbox"/> 5) บริการรักษาผู้มีบุตรยาก	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน
<input type="checkbox"/> 6) การรักษาโรคมะเร็ง	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน
<input type="checkbox"/> 7) Organ Transplant	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน
<input type="checkbox"/> 8) การศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน
<input type="checkbox"/> 9) ตรวจสอบสุขภาพ	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน
<input type="checkbox"/> 99) อื่น ๆ (ระบุ)	<input type="checkbox"/> 1) opd (ระบุจำนวน) ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) ipd (ระบุระยะเวลา) วัน

8. รูปแบบการจ่ายเงินเพื่อการใช้บริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาล (Payer) ของท่าน

1) จ่ายเงินเอง 2) มีประกันสุขภาพ/ ประกันอุบัติเหตุ 3) รัฐสวัสดิการ

4) ประกันสังคม 99) อื่น ๆ (ระบุ)

9. ระดับความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทางการแพทย์/ การรักษาพยาบาลในประเทศไทย

5) มากที่สุด 4) มาก 3) ปานกลาง 2) น้อย 1) น้อยที่สุด

เหตุผล

**10. สิ่งที่ท่านต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุง/เพิ่มเติม เมื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของท่านในการมาใช้
 บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยในครั้งต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

1) บริการรูปแบบใหม่ๆ โปรครระบุ.....

2) แพทย์เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โปรครระบุ.....

3) สามารถนำค่ารักษาพยาบาลกลับไปเบิกต้นสังกัดได้

4) ช่องทางการติดต่อสถานพยาบาลมีความสะดวก ง่าย รวดเร็วขึ้น 5) ความพร้อมด้านเครื่องมือทางการแพทย์

6) ขั้นตอนการขอวีซ่าง่ายขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน 7) ขยายระยะเวลาของวีซ่าให้ยาวนานขึ้น

8) ถ่ามภาษา 9) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลาย

10) มีหน่วยงานกลางในการให้คำปรึกษาแนะนำบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

11) ให้มีผู้ติดตามเพิ่มเติมได้ 99) อื่น ๆ (ระบุ)

<p>11. ท่านคิดว่าอะไรคือจุดเด่นของบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย (เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย โดย 1 = มากที่สุด, 2, 3, 4 = รองลงมา และ 6 = น้อยที่สุด)</p> <p>_____ 1) คุณภาพของบุคลากรทางการแพทย์</p> <p>_____ 2) อัตราการรักษาพยาบาลที่ถูกเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของบริการ</p> <p>_____ 3) ความทันสมัยของเครื่องมือ/อุปกรณ์</p> <p>_____ 4) การอำนวยความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์</p> <p>_____ 5) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนไข้/ญาติ / ผู้ติดตาม</p> <p>_____ 99) อื่นๆ ระบุ.....</p>
<p>12. ในการมาใช้บริการทางการแพทย์ที่ประเทศไทยในครั้งนี้ ท่านซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพนอกจากยาที่แพทย์สั่ง หรือไม่</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ซื้อ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ซื้อ</p>
<p>13. ในกรณีที่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ท่านซื้อจากแหล่ง/ วิธีการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของท่าน</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ห้างสรรพสินค้า <input type="checkbox"/> 2) ร้านค้าทั่วไป <input type="checkbox"/> 3) ร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> 4) ซื้อผ่านเว็บไซต์</p> <p><input type="checkbox"/> 99) อื่น ๆ (ระบุ)</p>
<p>14. ในอนาคต หากท่านจำเป็นต้องใช้บริการทางการแพทย์ในต่างประเทศ ท่านจะกลับมาใช้บริการในประเทศไทยอีกหรือไม่</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่กลับ เพราะ.....</p> <p><input type="checkbox"/> 2) กลับ เพราะ.....</p>
<p>15. ปัญหาอุปสรรคที่ท่านประสบในการเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยในครั้งนี้</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>16. หากมีโอกาส ท่านจะแนะนำญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก มาใช้บริการทางการแพทย์ ในประเทศไทยหรือไม่</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่แนะนำ เพราะ..... <input type="checkbox"/> 2) แนะนำ</p>
<p>17. สิ่งที่ท่านต้องการให้หน่วยงานภาครัฐของไทยดำเนินการ เพื่อให้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของท่านมากขึ้น หรือทำให้ประเทศไทยเป็น World Class Medical Hub ที่มีชื่อเสียง</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>18. ข้อเสนอแนะอื่นๆ สำหรับการพัฒนาบริการทางการแพทย์ ของไทยให้ดียิ่งขึ้น</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>19. ในกรณีที่ท่านตั้งใจเดินทางไปใช้บริการทางการแพทย์ในต่างประเทศ ท่านได้พิจารณาประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศไทยหรือไม่</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่ได้พิจารณาบริการทางการแพทย์ในประเทศอื่น (พิจารณาเฉพาะประเทศไทย)</p> <p><input type="checkbox"/> 2) พิจารณาบริการทางการแพทย์ในประเทศอื่นด้วย โปรดระบุประเทศ.....</p>
<p>20. ในระหว่างปี ค.ศ. 2016-2019 ท่านเดินทางไปต่างประเทศเพื่อใช้บริการทางการแพทย์ทั้งหมด(รวมครั้งนี้) ครั้ง เฉพาะประเทศไทย (รวมครั้งนี้) ครั้ง</p>

21. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและใช้บริการทางการแพทย์ ของท่าน		
รายการ	จำนวนเงิน (บาท) (เฉพาะส่วนของผู้ตอบ)	
21.1 กรณีจัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว		
1) ค่า Package Tour โดย		
<input type="checkbox"/> 1.1) ทัวร์ทั่วไป		
<input type="checkbox"/> 1.2) ทัวร์สุขภาพ		
2) กรณีมีการจ่ายเพิ่มจากค่า Package Tour ให้ระบุจำนวนเงินที่จ่ายเพิ่ม นอกเหนือจากที่รวมใน Package Tour)		
3) บริการทางการแพทย์		
<input type="checkbox"/> 3.1) เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ		
<input type="checkbox"/> 3.2) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ		
<input type="checkbox"/> 3.3) การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ		
<input type="checkbox"/> 3.4) บริการทันตกรรม		
<input type="checkbox"/> 3.5) บริการรักษาผู้มีบุตรยาก		
<input type="checkbox"/> 3.6) การรักษาโรคมะเร็ง		
<input type="checkbox"/> 3.7) Organ Transplant		
<input type="checkbox"/> 3.8) การศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ		
<input type="checkbox"/> 3.9) ตรวจสอบสุขภาพ		
<input type="checkbox"/> 3.99) อื่นๆ (ระบุ)		
4) ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ		
	ผลิตภัณฑ์	มีส่วนผสมของสมุนไพร
		ราคา (โดยประมาณ)
<input type="checkbox"/> 4.1) ยาใช้ภายนอก	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 4.2) ยาใช้ภายใน	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 4.3) ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอางค์	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 4.4) อาหารเสริม	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 4.5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 4.99) อื่น ๆ	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 99) อื่น ๆ (ระบุ)		
21.2 กรณีจัดการเดินทางเอง		
<input type="checkbox"/> 1) ค่าเครื่องบิน		
<input type="checkbox"/> 2) ค่าโรงแรม/ค่าสถานที่พัก		
<input type="checkbox"/> 3) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		

รายการ		จำนวนเงิน (บาท) (เฉพาะส่วนของผู้ตอบ)
<input type="checkbox"/> 4) ค่า Shopping		
<input type="checkbox"/> 5) ค่า Sightseeing		
<input type="checkbox"/> 6) ค่า Entertainment		
<input type="checkbox"/> 7) บริการทางการแพทย์		
<input type="checkbox"/> 7.1) เวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ		
<input type="checkbox"/> 7.2) การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ		
<input type="checkbox"/> 7.3) การรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ		
<input type="checkbox"/> 7.4) บริการทันตกรรม		
<input type="checkbox"/> 7.5) บริการรักษาผู้มีปัญหา		
<input type="checkbox"/> 7.6) การรักษาโรคมะเร็ง		
<input type="checkbox"/> 7.7) Organ Transplant		
<input type="checkbox"/> 7.8) การศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ		
<input type="checkbox"/> 7.9) ตรวจสอบสุขภาพ		
<input type="checkbox"/> 7.99) อื่นๆ ระบุ.....		
<input type="checkbox"/> 8) ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ		
ผลิตภัณฑ์	มีส่วนผสมของสมุนไพร	ราคา (โดยประมาณ)
<input type="checkbox"/> 8.1) ยาใช้ภายนอก	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.2) ยาใช้ภายใน	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.3) ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอางค์	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.4) อาหารเสริม	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.99) อื่นๆ	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 99) อื่น ๆ (ระบุ)		

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการด้านสปา/ นวดแผนไทย/ น้ำพุร้อนและบริการสุขภาพอื่นๆ
(ตอบเฉพาะกรณีใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน และบริการสุขภาพอื่นๆ)

<p>1. ก่อนเดินทางมาประเทศไทย ท่านเคยทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทยหรือไม่</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่เคยทราบ</p> <p><input type="checkbox"/> 2) ทราบ ท่านทราบจากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> 2.1) เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย <input type="checkbox"/> 2.2) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> 2.3) เว็บไซต์ของผู้ให้บริการ</p> <p><input type="checkbox"/> 2.4) เว็บไซต์ด้านสุขภาพ <input type="checkbox"/> 2.5) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) <input type="checkbox"/> 2.6) เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ</p> <p><input type="checkbox"/> 2.7) สื่อสิ่งพิมพ์ <input type="checkbox"/> 2.8) บริษัทนำเที่ยว <input type="checkbox"/> 2.9) ที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/ บริษัทตัวแทนด้านสุขภาพ</p> <p><input type="checkbox"/> 2.99) อื่นๆ ระบุ.....</p>
<p>2. ก่อนเดินทางมาประเทศไทย ท่านเคยรู้จักบริการเชิงสุขภาพต่อไปนี้ของไทยหรือไม่</p> <p>2.1 สปา</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่เคยรู้จัก <input type="checkbox"/> 2) รู้จัก จากสื่อ (ระบุหมายเลข รายละเอียดตามหมายเหตุ)</p> <p>.....</p> <p>2.2 นวดแผนไทย</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่เคยรู้จัก <input type="checkbox"/> 2) รู้จัก จากสื่อ (ระบุหมายเลข รายละเอียดตามหมายเหตุ)</p> <p>.....</p> <p>2.3 น้ำพุร้อน</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่เคยรู้จัก <input type="checkbox"/> 2) รู้จัก จากสื่อ (ระบุหมายเลข รายละเอียดตามหมายเหตุ)</p> <p>.....</p> <p>2.4 บริการสุขภาพอื่นๆ</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่เคยรู้จัก <input type="checkbox"/> 2) รู้จัก จากสื่อ (ระบุหมายเลข รายละเอียดตามหมายเหตุ)</p> <p>.....</p> <p>หมายเหตุ: 1) เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2) เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว 3) เว็บไซต์ผู้ให้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ 4) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) 5) เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ 6) สื่อสิ่งพิมพ์ ระบุ... 7) บริษัทนำเที่ยว 99) อื่นๆ ระบุ.....</p>
<p>3. การมาใช้บริการ สปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน หรือบริการสุขภาพอื่นๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย หรือไม่</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่ใช่</p> <p><input type="checkbox"/> 2) ใช่ บริการด้านสุขภาพที่ท่านสนใจมาใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> 2.1) สปา <input type="checkbox"/> 2.2) นวดแผนไทย <input type="checkbox"/> 2.3) น้ำพุร้อน <input type="checkbox"/> 2.99) อื่นๆ (ระบุ)</p>
<p>4. ในระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย ท่านได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ จากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> 1) อินเทอร์เน็ต <input type="checkbox"/> 2) บริษัทนำเที่ยว ในประเทศไทย <input type="checkbox"/> 3) สื่อโทรทัศน์</p> <p><input type="checkbox"/> 4) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> 4.1) วารสารด้านการท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> 4.2) หนังสือพิมพ์ <input type="checkbox"/> 4.3) เอกสารแนะนำบริการของโรงแรม</p> <p><input type="checkbox"/> 4.4) อื่น ๆ (ระบุ).....</p> <p><input type="checkbox"/> 5) มัคคุเทศก์ <input type="checkbox"/> 6) ป้ายโฆษณา <input type="checkbox"/> 7) ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก</p> <p><input type="checkbox"/> 8) คนขับรถแท็กซี่/รถสาธารณะอื่นๆ <input type="checkbox"/> 9) อื่นๆ (ระบุ).....</p>

5. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1) การแนะนำของมัคคุเทศก์ 2) มีบริการภายในโรงแรมที่พักแรม

3) การแนะนำของคนขับแท็กซี่/คนขับรถโรงแรม/คนขับรถบริการสาธารณะอื่นๆ

4) การแนะนำของพนักงานโรงแรม/สถานพักแรม 5) การแนะนำของเคาน์เตอร์ขายทัวร์ในสถานที่พักแรม

6) การแนะนำของญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก 7) ข้อมูลจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ

8) อื่นๆ (ระบุ).....

6. สปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ ที่ท่านใช้บริการ ในครั้งนี้ (ตอบเฉพาะที่ใช้บริการ)

6.1 สปา

1) เดย์สปา (Day Spa) 2) คลับสปา (Club Spa) 3) ครุยซ์ ชิพ สปา (Cruise Ship Spa)

4) เมดิคอล สปา (Medical Spa) 5) มินเนอรัล สปริง สปา (Mineral Spring Spa)

6) โฮเทล แอนด์ สปา (Hotel & Resort Spa) 7) เดสตีเนชัน สปา (Destination Spa)

99) อื่น ๆ (ระบุ)

(ระบุจังหวัดที่ตั้ง)

(ระบุชื่อสถานประกอบการสปา)

6.2 นวดแผนไทย

1) นวดแผนไทย ภายในสถานที่พักแรม 2) นวดแผนไทย บริเวณใกล้เคียงกับสถานที่พักแรม

3) นวดแผนไทย บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว 4) นวดแผนไทย ซึ่งอยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว/ที่พักแรม

(ระบุจังหวัดที่ตั้ง)

(ระบุชื่อสถานประกอบการนวดแผนไทย)

6.3 น้ำพุร้อน

(ระบุชื่อแหล่งน้ำพุร้อน) (จังหวัดที่ตั้งแหล่งน้ำพุร้อน)

6.3 บริการสุขภาพอื่นๆ

1) (ระบุจังหวัดที่ตั้ง) (ระบุชื่อสถานประกอบการ)

2) (ระบุจังหวัดที่ตั้ง) (ระบุชื่อสถานประกอบการ)

3) (ระบุจังหวัดที่ตั้ง) (ระบุชื่อสถานประกอบการ)

7. ความถี่ที่ใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ (เฉพาะการเดินทางครั้งนี้)

1) สปา ครั้ง รวม.....แห่ง 2) นวดแผนไทย.....ครั้ง รวม.....แห่ง

3) บริการน้ำพุร้อน จำนวน.....ครั้ง รวม.....แห่ง

4) บริการสุขภาพอื่นๆ ระบุประเภท..... จำนวน.....ครั้ง รวม.....แห่ง

8. ระดับความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ ในประเทศไทย

5) มากที่สุด 4) มาก 3) ปานกลาง 2) น้อย 1) น้อยที่สุด

เหตุผล

9. กรุณาระบุสิ่งที่ท่านประทับใจมากที่สุดในการใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ

1) สปา

.....

2) นวดแผนไทย

.....

3) น้ำพุร้อน

.....

4) บริการสุขภาพอื่นๆ (ระบุ)

.....


10. กรุณาระบุ จุดเด่น/จุดด้อย ของสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ ของไทย (ตอบเฉพาะที่ใช้บริการ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฯ ในประเทศไทย	ระดับที่จุดเด่น/ จุดด้อย				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
10.1 สปา					
จุดเด่น					
_____ 1) ราคา					
_____ 2) สถานที่ให้บริการ					
_____ 3) ความเป็นกันเองของพนักงาน					
_____ 4) มาตรฐานการให้บริการ					
_____ 5) สมุนไพรที่ใช้					
_____ 99) อื่นๆ (ระบุ)					
จุดด้อย					
_____ 1) ราคา					
_____ 2) สถานที่ให้บริการ					
_____ 3) ความเป็นกันเองของพนักงาน					
_____ 4) มาตรฐานการให้บริการ					
_____ 5) สมุนไพรที่ใช้					
_____ 99) อื่นๆ (ระบุ)					
10.2 นวดแผนไทย					
จุดเด่น					
_____ 1) ราคา					
_____ 2) สถานที่ให้บริการ					
_____ 3) ความเป็นกันเองของพนักงาน					
_____ 4) มาตรฐานการให้บริการ					
_____ 5) สมุนไพรที่ใช้					

_____ 99) อื่นๆ (ระบุ)					
จุดด้อย					
_____ 1) ราคา					
_____ 2) สถานที่ให้บริการ					
_____ 3) ความเป็นกันเองของพนักงาน					
_____ 4) มาตรฐานการให้บริการ					
_____ 5) สมุนไพรที่ใช้					
_____ 99) อื่นๆ (ระบุ)					
10.3 น้ำพุร้อน (ระบุชื่อแหล่งน้ำพุร้อน จังหวัดที่ตั้ง)					
จุดเด่น					
_____ 1) ราคา					
_____ 2) สถานที่ให้บริการ					
_____ 3) ความเป็นกันเองของพนักงาน					
_____ 4) มาตรฐานการให้บริการ					
_____ 5) สมุนไพรที่ใช้					
_____ 99) อื่น ๆ (ระบุ)					
จุดด้อย					
_____ 1) ราคา					
_____ 2) สถานที่ให้บริการ					
_____ 3) ความเป็นกันเองของพนักงาน					
_____ 4) มาตรฐานการให้บริการ					
_____ 5) สมุนไพรที่ใช้					
_____ 99) อื่น ๆ (ระบุ)					
10.4 บริการสุขภาพอื่น ๆ (ระบุ)					
จุดเด่น					
_____ 1) ราคา					
_____ 2) สถานที่ให้บริการ					
_____ 3) ความเป็นกันเองของพนักงาน					
_____ 4) มาตรฐานการให้บริการ					
_____ 5) สมุนไพรที่ใช้					
_____ 99) อื่น ๆ (ระบุ)					
จุดด้อย					
_____ 1) ราคา					
_____ 2) สถานที่ให้บริการ					
_____ 3) ความเป็นกันเองของพนักงาน					
_____ 4) มาตรฐานการให้บริการ					
_____ 5) สมุนไพรที่ใช้					
_____ 99) อื่น ๆ (ระบุ)					

11. ทางเลือกในอนาคต ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ ของไทย
 (เรียงลำดับความสำคัญ โดย 1 = มากที่สุด, 2, ..., 6 รองลงมา และ 7 = น้อยที่สุด และระบุระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฯ ในประเทศไทย	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
_____ 1) ทำเลที่ตั้ง อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น					
_____ 2) คุณภาพของวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้					
_____ 3) ทักษะ ความเชี่ยวชาญ ทัศนคติของพนักงาน ให้บริการ					
_____ 4) มาตรฐานการให้บริการ					
_____ 5) ภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ					
_____ 6) อัตราค่าบริการ					
_____ 99) อื่นๆ (ระบุ)					

12. ท่านทราบหรือไม่ว่าสถานบริการที่มีเครื่องหมาย  ซึ่งออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงสถานบริการนั้นได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

1) ทราบ 2) ไม่ทราบ

13. ในอนาคต จังหวัดที่ท่านต้องการไปใช้บริการ สปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ ในประเทศไทย (ระบุจังหวัด)

เหตุผล

14. ในอนาคต หากท่านกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก ท่านจะใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ อีกหรือไม่

1) ไม่ใช่ เนื่องจาก

2) ใช้บริการ เนื่องจาก

15. ท่านจะแนะนำญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก มาใช้บริการสปา นวดแผนไทย น้ำพุร้อน บริการสุขภาพอื่นๆ ในประเทศไทยหรือไม่

15.1 สปา 1) ไม่แนะนำ 2) แนะนำ

15.2 นวดแผนไทย 1) ไม่แนะนำ 2) แนะนำ

15.3 น้ำพุร้อน (ระบุชื่อน้ำพุร้อน จังหวัดที่ตั้งแหล่งน้ำพุร้อน)

1) ไม่แนะนำ 2) แนะนำ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท) (เฉพาะส่วนของผู้ตอบ)	
2. กรณีจัดการเดินทางเอง		
<input type="checkbox"/> 1) ค่าเครื่องบิน		
<input type="checkbox"/> 2) ค่าโรงแรม/ค่าสถานที่พัก		
<input type="checkbox"/> 3) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		
<input type="checkbox"/> 4) ค่า Shopping		
<input type="checkbox"/> 5) ค่า Sightseeing		
<input type="checkbox"/> 6) ค่า Entertainment		
<input type="checkbox"/> 7) ค่าใช้บริการด้านสุขภาพ		
<input type="checkbox"/> 7.1) สปา		
<input type="checkbox"/> 7.2) นวดแผนไทย		
<input type="checkbox"/> 7.3) น้ำพุร้อน		
<input type="checkbox"/> 7.99) อื่นๆ ระบุ.....		
<input type="checkbox"/> 8) ค่าซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ		
ผลิตภัณฑ์	มีส่วนผสมของสมุนไพร	ราคา (โดยประมาณ)
<input type="checkbox"/> 8.1) ยาใช้ภายนอก	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.2) ยาใช้ภายใน	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.3) ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/ เครื่องสำอางค์	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.4) อาหารเสริม	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.5) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 8.99) อื่น ๆ	<input type="checkbox"/> 1) ใช่ <input type="checkbox"/> 2) ไม่ใช่	
<input type="checkbox"/> 99) อื่นๆ (ระบุ)		

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม		
1. เพศ	<input type="checkbox"/> 1) ชาย	<input type="checkbox"/> 2) หญิง
2. อายุ	<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 15 ปี <input type="checkbox"/> 2) 15-24 ปี <input type="checkbox"/> 3) 25-34 ปี <input type="checkbox"/> 4) 35-44 ปี <input type="checkbox"/> 5) 45-54 ปี <input type="checkbox"/> 6) 55-64 ปี <input type="checkbox"/> 7) 65 ปี ขึ้นไป	
3. สถานภาพสมรส	<input type="checkbox"/> 1) โสด	<input type="checkbox"/> 2) แต่งงาน <input type="checkbox"/> 3) หม้าย/หย่าร้าง
4. อาชีพ	<input type="checkbox"/> 1) ข้าราชการ <input type="checkbox"/> 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ <input type="checkbox"/> 3) พนักงานบริษัทเอกชน <input type="checkbox"/> 4) เจ้าของกิจการ <input type="checkbox"/> 5) นักเรียน/นักศึกษา <input type="checkbox"/> 6) แม่บ้าน <input type="checkbox"/> 7) อาชีพอิสระ <input type="checkbox"/> 8) เกษียณ <input type="checkbox"/> 9) อื่นๆ	
5. ระดับการศึกษา	<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2) ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 3) สูงกว่าปริญญาตรี
6. ระดับรายได้ต่อเดือน	<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า US\$ 1,000 <input type="checkbox"/> 2) US\$ 1,000-5,000 <input type="checkbox"/> 3) US\$ 5,001-9,999 <input type="checkbox"/> 4) US\$ 10,000-25,000 <input type="checkbox"/> 5) US\$25,001-50,000 <input type="checkbox"/> 6) สูงกว่า US\$ 50,000	
ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม		
ผู้สัมภาษณ์ วันที่สัมภาษณ์ สถานที่สัมภาษณ์		



NO.

Questionnaire Foreign Tourists Views Towards Medical & Health Services in Thailand

Department of Health Service Support is conducting a survey of foreign tourists views towards medical and health services (including spa, massage, and hot springs) in Thailand to improve on the capacity to become an international health center in Thailand. We appreciate your time and corporation in answering this questionnaire as it is very valuable to us.

massage, and hot springs)

- 1) Yes 2) No (Not required to proceed further)

Part 1 Traveler's information

1. Country of Residence Nationality
2. Visit Thailand by <input type="checkbox"/> 1) tour company/ travel agent <input type="checkbox"/> 2) self
3. Is this your first time traveling to Thailand? <input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No, (State number of times here from the year 2016-2018)
4. Number of days permitted by your VISAday(s). Actual period of your stayday(s).
5. Number of participants including you in this trip is people (can be more than one answer) <input type="checkbox"/> 1) Self <input type="checkbox"/> 2) Boyfriend/ girlfriend <input type="checkbox"/> 3) Spouse <input type="checkbox"/> 4) Child(ren)..... people <input type="checkbox"/> 5) Relative(s).....people <input type="checkbox"/> 6) Friend(s)people <input type="checkbox"/> 99) Other (please specify).....
6. Nature of this trip to Thailand <input type="checkbox"/> 1) Holiday/ Vacation <input type="checkbox"/> 2) Business Meeting <input type="checkbox"/> 3) Sports <input type="checkbox"/> 4) Business <input type="checkbox"/> 5) Company Incentive Trip <input type="checkbox"/> 6) Medical & Wellness <input type="checkbox"/> 7) Education <input type="checkbox"/> 8) Convention <input type="checkbox"/> 9) Transit <input type="checkbox"/> 10) Employment <input type="checkbox"/> 11) Exhibition <input type="checkbox"/> 99) Other (please specify).....

Part 2 Details on the medical services used (proceed to answer only if using medical services in Thailand)

1. Before traveling to Thailand, do you know anything about medical services in Thailand?

1) No

2) Yes (please proceed to tick the related below)

2.1) Tourism Authority of Thailand (TAT) website 2.2) Travel website 2.3) Hospital website

2.4) Medical website 2.5) Social Media 2.6) Friends/ relatives/ acquaintances recommendations

2.7) Brochure 2.8) Travel agent 2.9) Health consultant/ health agency

2.99) Other (please specify).....

2. Reason for using the medical service

1) Premeditated arrangement

2) Non-intended. Please specify reason for using medical service. (Can be more than one answer)

2.1) Illness / Accidental injury during travel

2.2) Persuasion from individuals (guides, travel agents, taxis, etc.)

2.3) Media/ Various sources that triggered interest

2.4) Medical service reputation / medical facilities in Thailand

2.99) Other (please specify).....

(Skip to number 6)

3. In the event that you intend to use medical services in Thailand, please specify factors that affect the decision to use medical services in Thailand by sorting and identifying top 5 factors that affect the decision.

Factors affecting the decision to use medical services in Thailand	Levels affecting the decision				
	Highest (5)	High (4)	Moderate (3)	Low (2)	Lowest (1)
_____ 1) Recommendation(s) by doctor(s) in your country					
_____ 2) Recommendation(s) from friends/ relatives/ acquaintances					
_____ 3) Recommendation(s) by health advisers / health representatives					
_____ 4) Affordable medical fees in Thailand					
_____ 5) The reputation of medical facilities in Thailand					
_____ 6) The reputation of doctors in Thailand					
_____ 7) Medical service standards in Thailand					
_____ 8) Foreigner’s accident insurance scheme					
_____ 9) Direct medical disbursement system					
_____ 10) Disbursement from private health insurance					
_____ 11) Period of stay in Thailand					

Factors affecting the decision to use medical services in Thailand	Levels affecting the decision				
	Highes (5)	High (4)	Moderate (3)	Low (2)	Lowest (1)
_____ 12) Relatively lower expenses on accommodations, and food and beverages of person(s) accompanying for treatment					
_____ 13) Ease of traveling into the country					
_____ 14) Thailand as famous tourist destination. Convenient for patients/ or accompanying partner(s) after treatment in Thailand.					
_____ 99) Other (please specify).....					

4. In the event that you intend to use medical services in Thailand, have you coordinate with any medical service representatives prior traveling to Thailand?

- 1) No prior engagement
 2) With prior contact/ arrangement

Contact channel	Level of satisfaction				
	Bad (1)	Below Average (2)	Moderate (3)	Good (4)	Very good (5)
2.1) E-mail					
2.2) Phone					
2.3) Service counter					
2.4) Through related agent					
2.5) Participating booth from event					
2.99) Other (please specify).....					

5. Between 2016 - 2019, have you traveled to Thailand for the engagement of medical services?
 If so, how many time(s) (including this time)?..... time(s).

6. Main medical institution that you use this time

- _____ 1) Government hospital. Name:
- _____ 2) Private hospital. Name:
- _____ 3) General clinic.
- _____ 4) Specialized clinic. Name:
- _____ 99) Other (please specify).....

7. The medical services that you use this time (can have more than 1 answer)

Medical service	Type / Duration
<input type="checkbox"/> 1) Anti-aging and health regeneration	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time).....day(s).
<input type="checkbox"/> 2) Cardiovascular related treatment	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time)..... day(s).
<input type="checkbox"/> 3) Bones, joints, tendons, and muscles related treatments	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time)..... day(s).
<input type="checkbox"/> 4) Dental service	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time)..... day(s).
<input type="checkbox"/> 5) Infertility treatment service	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time)..... day(s).
<input type="checkbox"/> 6) Cancer treatment	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time)..... day(s).
<input type="checkbox"/> 7) Organ Transplant	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time)..... day(s).
<input type="checkbox"/> 8) Sex reassignment Surgery	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time)..... day(s).
<input type="checkbox"/> 9) Health check	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time)..... day(s).
<input type="checkbox"/> 99) Other (please specify)	<input type="checkbox"/> 1) OPD (specify number of time).....time(s). <input type="checkbox"/> 2) IPD (specify number of time)..... day(s).

8. The form of payment for the use the medical services

1) Self 2) Health and medical insurance 3) State welfare
 4) Social security 99) Other (please specify)

9. The level of cost-effectiveness of using medical services (value for money) in Thailand

5) Very high 4) High 3) Moderate 2) Low 1) Very low

Reason(s)

10. According to your opinion, which area do you think medical services in Thailand should improve on upon your next visit? (answer can be more than 1)

1) New service (please specify).....
 2) Specialized doctor (please specify).....
 3) Flexibility of taking medical bills to home country for reimbursement
 4) Improve convenience of contact channel for medical service
 5) Medical equipment readiness 6) More convenient Visa procedure
 7) Longer Visa duration 8) Interpreter 9) Readily available information
 10) Central agency for medical service advisory in Thailand
 11) Permission for additional patient follower(s)

<p>11. In your opinion, what do you think is the hallmark of medical services in Thailand? <i>(Sort by 1 being the best and 6 being the least)</i></p> <p>_____ 1) Quality of medical personnel _____ 2) Cheaper medical expenses against the quality of the service _____ 3) Modern medical equipment _____ 4) Travel assistance for medical services in Thailand _____ 5) Facilities for patient(s) / relative(s) / person(s) accompanying _____ 99) Other (please specify)</p>
<p>12. In using the medical service in Thailand, did you purchase any health related products besides the prescribed drugs/medicine by your health practitioner?</p> <p><input type="checkbox"/> 1) Yes (proceed to number 13) <input type="checkbox"/> 2) No</p>
<p>13. From where did you purchase the medical product(s)?</p> <p><input type="checkbox"/> 1) Department store <input type="checkbox"/> 2) General store <input type="checkbox"/> 3) Store located at tourist center <input type="checkbox"/> 4) Website <input type="checkbox"/> 99) Other (please specify).....</p>
<p>14. In the future if needed, will you return to use the medical service in Thailand?</p> <p><input type="checkbox"/> 1) No Kindly state reason(s)..... <input type="checkbox"/> 2) Yes Kindly state reason(s).....</p>
<p>15. Any obstacles faced in using medical services in Thailand? Kindly elaborate.</p> <p>.....</p>
<p>16. If given the opportunity, you recommend the use of medical service in Thailand to people around you?</p> <p><input type="checkbox"/> 1) No, because <input type="checkbox"/> 2) Yes</p>
<p>17. What can you suggest the Thai Government to make Thailand a World Class Medical Hub</p> <p>.....</p>
<p>18. Suggestions towards the development of medical services in Thailand</p> <p>.....</p>
<p>19. In the event that you intend to travel to use medical services abroad, have you considered countries other than Thailand?</p> <p><input type="checkbox"/> 1) No (only Thailand) <input type="checkbox"/> 2) Yes, I do. Kindly specify the country(ies) under your consideration.....</p>

20. Time(s) traveled abroad during the year 2016 - 2019 for medical treatment (including this time)
 time(s). In Thailand only (including this time) time(s).

21. Travel expenses and medical fees

List	Amount (Baht) (own expenses only)	
21.1 Through travel agency		
1) Tour package <input type="checkbox"/> 1.1) General tourism <input type="checkbox"/> 1.2) Medical tourism		
2) In case of additional payment from package tour fee, please specified the number		
3) Medical service fee <input type="checkbox"/> 3.1) Anti-aging and Rejuvenating Medicine <input type="checkbox"/> 3.2) Cardiovascular related treatment <input type="checkbox"/> 3.3) Bones, joints, tendons, and muscles related treatments <input type="checkbox"/> 3.4) Dental service <input type="checkbox"/> 3.5) Infertility treatment service <input type="checkbox"/> 3.6) Cancer treatment <input type="checkbox"/> 3.7) Organ Transplant <input type="checkbox"/> 3.8) Sex reassignment Surgery <input type="checkbox"/> 3.9) Health check <input type="checkbox"/> 3.99) Other (please specify)		
4) Medicinal products purchase		
Product	With traditional herbs	Amount (approximate)
<input type="checkbox"/> 4.1) External medicine	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.2) Internal medicine	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.3) Beauty products/ Cosmetics	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.4) Supplementary food	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.5) Health products	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.99) Other.....	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 99) Other.....		
21.2 Through self-travel		
<input type="checkbox"/> 1) Air fare		
<input type="checkbox"/> 2) Accommodation fee		

21. Travel expenses and medical fees

List		Amount (Baht) (own expenses only)
<input type="checkbox"/> 3) Food & beverage		
<input type="checkbox"/> 4) Shopping fee		
<input type="checkbox"/> 5) Sightseeing cost		
<input type="checkbox"/> 6) Entertainment		
<input type="checkbox"/> 7) Medical service engaged		
<input type="checkbox"/> 7.1) Anti-aging and Rejuvenating Medicine		
<input type="checkbox"/> 7.2) Cardiovascular related treatment		
<input type="checkbox"/> 7.3) Bones, joints, tendons, and muscles related treatments		
<input type="checkbox"/> 7.4) Dental service		
<input type="checkbox"/> 7.5) Infertility treatment service		
<input type="checkbox"/> 7.6) Cancer treatment		
<input type="checkbox"/> 7.7) Organ Transplant		
<input type="checkbox"/> 7.8) Sex reassignment Surgery		
<input type="checkbox"/> 7.9) Health check		
<input type="checkbox"/> 7.99) Other (please specify).....		
<input type="checkbox"/> 8) Medicinal products purchase		
Product	With traditional herbs	Amount (approximate)
<input type="checkbox"/> 8.1) External medicine	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 8.2) Internal medicine	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 8.3) Beauty products/ Cosmetics	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 8.4) Supplementary food	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 8.5) Health products	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 8.99) Other.....	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 99) Other (please specify).....		

4) Printed material(s) (can tick more than 1 type of printed material)
 4.1) Travel Journal 4.2) Newspaper 4.3) Hotel publication
 4.4) Other (please specify).....

5) Tour guide 6) Billboards 7) Relatives/ friends/ acquaintances
 8) Taxi drivers/ other public transports 9) Other (please specify).....

5. Factors affecting your decision to use spa services, Thai massage, hot springs, other health services (able to select more than 1 factor)

1) Guides 2) Services provided in the hotel/ accommodation
 3) Recommendations by taxi drivers/ hotels/ other public services drivers
 4) Recommendation by hotel staff/ hotel guest 5) Recommendation by tour counter in the hotel
 6) Introduction of relatives / friends / acquaintances 7) From various media advertisement
 8) Other (please specify).....

6. Which service do you use during this travel?

6.1 Spa
 1) Day Spa 2) Club Spa 3) Cruise Ship Spa
 4) Medical Spa 5) Mineral Spring Spa 6) Hotel & Resort Spa 7) Destination Spa
 99) Other (please specify).....
 (Kindly specify the name of the province)
 (Kindly specify the name of the spa establishment)

6.2 Thai massage
 1) Thai massage in the hotel/ accommodation 2) Thai massage nearby the accommodation
 3) Thai massage nearby the tourist attraction
 4) Thai massage which is far from tourist attraction/ accommodation
 (Kindly specify the name of the province)
 (Kindly specify the name of the Thai massage establishment)

6.3 Hot Springs
 (Specify the name of the hot springs) (Province of the hot springs)

6.3 Other health services

1)
 (Kindly specify the name of the province).....
 (Kindly specify the name of the establishment).....

2)
 (Kindly specify the name of the province).....
 (Kindly specify the name of the establishment).....

3)
 (Kindly specify the name of the province).....
 (Kindly specify the name of the establishment).....

7. Frequency of using spa services, Thai massage, hot springs, other health services in this trip

1) Spatime(s), including.....places

2) Thai massage.....time(s), including.....places

3) Hot springstime(s), including.....places

4) Other health services (please specify)

Name:..... Number of times:.....time(s), including.....places

Name:..... Number of times:.....time(s), including.....places

8. The level of cost-effectiveness of using spa services (value for money), Thai massage, hot springs, other health services in Thailand

5) Very high 4) High 3) Moderate 2) Low 1) Very low

Reason.....

9. Please specify stuff that impress you most while using spa services, Thai massage, hot springs, other health services in Thailand.

1) Spa

.....

2) Thai massage

.....

3) Hot springs

.....

4) Other health services (Please specify).....

10. Please specify the strengths / weaknesses of the spa, Thai massage, hot springs, other health services in Thailand (Answer only if using the services)


Factors affecting the decision to use the service in Thailand					
	Highest (5)	High (4)	Moderate (3)	Low (2)	Lowest (1)
10.1 Spa					
Strength					
_____ 1) Price					
_____ 2) Atmosphere					
_____ 3) Staff friendliness					
_____ 4) Service standard					
_____ 5) Herbs or medication used					
_____ 99) Other (please specify).....					
Weakness					
_____ 1) Price					
_____ 2) Atmosphere					
_____ 3) Staff friendliness					
_____ 4) Service standard					

_____ 5) Herbs or medication used					
_____ 99) Other (please specify).....					
10.2 Thai massage					
Strength					
_____ 1) Price					
_____ 2) Atmosphere					
_____ 3) Staff friendliness					
_____ 4) Service standard					
_____ 5) Herbs or medication used					
_____ 99) Other (please specify).....					
Weakness					
_____ 1) Price					
_____ 2) Atmosphere					
_____ 3) Staff friendliness					
_____ 4) Service standard					
_____ 5) Herbs or medication used					
_____ 99) Other (please specify).....					
10.3 Hot springs (Specify name of the hot springs..... Province.....)					
Strength					
_____ 1) Price					
_____ 2) Atmosphere					
_____ 3) Staff friendliness					
_____ 4) Service standard					
_____ 5) Herbs or medication used					
_____ 99) Other (please specify).....					
Weakness					
_____ 1) Price					
_____ 2) Atmosphere					
_____ 3) Staff friendliness					
_____ 4) Service standard					
_____ 5) Herbs or medication used					
_____ 99) Other (please specify).....					
10.4 Other health services (Specify)					
Strength					
_____ 1) Price					
_____ 2) Atmosphere					
_____ 3) Staff friendliness					
_____ 4) Service standard					

_____ 5) Herbs or medication used					
_____ 99) Other (please specify).....					
Weakness					
_____ 1) Price					
_____ 2) Atmosphere					
_____ 3) Staff friendliness					
_____ 4) Service standard					
_____ 5) Herbs or medication used					
_____ 99) Other (please specify).....					

11. Future factors that affect the decision of using spa services, Thai massage, hot springs, other health services in Thailand. (prioritize by 1 = most important, 2,..., 6 second and 7 = least important)

Factors affecting the decision to use the service	Levels that affect				
	Highest (5)	High (4)	Moderate (3)	Low (2)	Lowest (1)
_____ 1) Location must be surrounded by nature such as mountains, sea, waterfalls, etc.					
_____ 2) Quality of materials/ equipment used					
_____ 3) Staff expertise and warmth					
_____ 4) Service standards					
_____ 5) Image of the establishment					
_____ 6) Service rate					
_____ 99) Other (please specify).....					

12. Did you know that the service facilities marked  issued by the Department of Health Service Support is a sign that represents the facility that is certified by the Department of Health Service Support?

- 1) Yes, I do 2) No, I don't

13. In the future, which is the province where you will want to use spa services, Thai massage, hot springs, other health services in Thailand?

(Name of the province).....

Reason(s) for naming the province.....

14. Will your future travel to Thailand involve spa, Thai massage, hot springs, other health services

- 1) No, because.....
 2) Yes, because.....

15. Will you recommend relatives/ friends/ acquaintances to use spa services, Thai massage, hot springs, other health services in Thailand?

15.1 Spa
 1) No 2) Yes

15.2 Thai massage
 1) No 2) Yes

15.3 Hot springs (name of the hot springs..... Province.....)
 1) No 2) Yes

15.4 Other health services (please specify.....)
 1) No 2) Yes

15.5 Other health services (please specify.....)
 1) No 2) Yes

16. Problems and obstacles faced in using spa services/ Thai massage/ hot springs/ other health services in Thailand

17. Other suggestions towards the development of spa, Thai massage, hot springs, other health services in Thailand

18. Travel expenses and spa services / Thai massage / hot springs / other health services

List		Amount (Baht)
18.1. Through travel agency		
1) Tour package		
<input type="checkbox"/> 1.1) General tourism		
<input type="checkbox"/> 1.2) Medical tourism		
2) In case of additional payment from package tour fee, please specified the number		
3) Health services fee		
<input type="checkbox"/> 3.1) Spa		
<input type="checkbox"/> 3.2) Thai massage		
<input type="checkbox"/> 3.3) Hot springs		
<input type="checkbox"/> 3.99) Other (please specify)		
4) Health product purchases		
Product	With herbal ingredients	Amount (approximate)
<input type="checkbox"/> 4.1) External medicine	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	

List		Amount (Baht)
<input type="checkbox"/> 4.2) Internal medicine	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.3) Beauty products / Cosmetics	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.4) Additional supplement	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.5) Health products	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.99) Other.....	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 99) Other (please specify).....		
2. Through self travel		
<input type="checkbox"/> 1) Air fare		
<input type="checkbox"/> 2) Accommodation fee		
<input type="checkbox"/> 3) Food & beverage		
<input type="checkbox"/> 4) Shopping fee		
<input type="checkbox"/> 5) Sightseeing cost		
<input type="checkbox"/> 6) Entertainment		
<input type="checkbox"/> 7) Health service fee		
<input type="checkbox"/> 7.1) Spa		
<input type="checkbox"/> 7.2) Thai massage		
<input type="checkbox"/> 7.3) Hot springs		
<input type="checkbox"/> 7.99) Other (please specify).....		
<input type="checkbox"/> 8) Health product purchase		
Product	With traditional herbs	Amount (approximate)
<input type="checkbox"/> 8.1) External medicine	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 8.2) Internal medicine	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 8.3) Beauty products / Cosmetics	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 8.4) Supplement food	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.5) Health products	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 4.99) Other.....	<input type="checkbox"/> 1) Yes <input type="checkbox"/> 2) No	
<input type="checkbox"/> 99) Other (please specify).....		

Part 4 Personal Information		
1. Gender <input type="checkbox"/> 1) Male <input type="checkbox"/> 2) Female		
2. Age <input type="checkbox"/> 1) less than 15 years old <input type="checkbox"/> 2) 15-24 years old <input type="checkbox"/> 3) 25-34 years old <input type="checkbox"/> 4) 35-44 years old <input type="checkbox"/> 5) 45-54 years old <input type="checkbox"/> 6) 55-64 years old <input type="checkbox"/> 7) above 65 years old		
3. Marital status <input type="checkbox"/> 1) Single <input type="checkbox"/> 2) Married <input type="checkbox"/> 3) Divorced/ widowed		
4. Occupation <input type="checkbox"/> 1) Government official <input type="checkbox"/> 2) State enterprise employee <input type="checkbox"/> 3) Private sector <input type="checkbox"/> 4) Business owner <input type="checkbox"/> 5) Student <input type="checkbox"/> 6) Housewife <input type="checkbox"/> 7) Freelance <input type="checkbox"/> 8) Retired <input type="checkbox"/> 99) Other.....		
5. Education level <input type="checkbox"/> 1) Undergraduate <input type="checkbox"/> 2) Bachelor's Degree <input type="checkbox"/> 3) Masters and above		
6. Monthly income <input type="checkbox"/> 1) Below US\$ 1,000 <input type="checkbox"/> 2) US\$ 1,000-5,000 <input type="checkbox"/> 3) US\$ 5,001-9,999 <input type="checkbox"/> 4) US\$ 10,000-25,000 <input type="checkbox"/> 5) US\$ 25,001-50,000 <input type="checkbox"/> 6) More than US\$ 50,000		
Thank you for your time and corporation!		
InterviewerDate of interviewInterview location.....		



第 0000

调查问卷
外国游客
对泰国医疗和健康服务的观点

卫生服务支持部正在对泰国的外国游客对医疗和保健服务（包括水疗，按摩和温泉）的看法进行调查，以提高其成为泰国国际健康中心的能力。感谢您在回答本调查问卷时的时间和合作，因为这对我们非常有价值。

在这次泰国之行中，您是否使用过任何医疗或保健服务（包括水疗，按摩和泉）？

- 1) 是 2) 否（填此项不需继续往下填，直接回收问卷）

第 1 部分: 旅行者的信息

1. 居住国家 国籍.....
2. 访问泰国通过 <input type="checkbox"/> 1) 旅游公司/旅行社 <input type="checkbox"/> 2) 自己
3. 这是您第一次到泰国旅游吗？ <input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 否 (2016 - 2018 年的访问次数)
4. 您的签证允许的天数天。 实际入住时间天。
5. 包括你在这次旅行中的参与者人数是.....位(可以多选) <input type="checkbox"/> 1) 自己 <input type="checkbox"/> 2) 男朋友/女朋友 <input type="checkbox"/> 3) 伴侣 <input type="checkbox"/> 4) 儿童 人 <input type="checkbox"/> 5) 亲戚们.....人 <input type="checkbox"/> 6) 朋友.....人 <input type="checkbox"/> 99) 其他（请注明）.....
6. 这次泰国之旅的性质 <input type="checkbox"/> 1) 假期/度假 <input type="checkbox"/> 2) 商务会议 <input type="checkbox"/> 3) 体育 <input type="checkbox"/> 4) 商业 <input type="checkbox"/> 5) 公司奖励旅行 <input type="checkbox"/> 6) 医疗/保健 <input type="checkbox"/> 7) 教育 <input type="checkbox"/> 8) 惯例 <input type="checkbox"/> 9) 航班过境 <input type="checkbox"/> 10) 雇用 <input type="checkbox"/> 11) 展览 <input type="checkbox"/> 99) 其他（请注明）.....

第 2 部分: 所使用医疗服务的详细信息 (仅在泰国使用医疗服务时才勾选)

1. 在去泰国之前，您对泰国的医疗服务了解多少？

- 1) 不了解
- 2) 了解 (请继续勾选下面的相关内容)
- 2.1) 泰国旅游局 (TAT) 网站
- 2.2) 旅游网站 2.3) 医院网站
- 2.4) 医疗网站 2.5) 社交媒体
- 2.6) 朋友/亲戚/熟人的建议
- 2.7) 小册 2.8) 旅行社 2.9) 健康顾问/卫生机构
- 2.99) 其他 (请注明)

2. 使用医疗服务的原因

- 1) 有目的的安排
- 2) 非指定。请说明使用医疗服务的原因。(可以多选)
- 2.1) 旅行期间的疾病/意外伤害
- 2.2) 被说服 (导游，旅行社，出租车广告等)
- 2.3) 媒体/引发兴趣的各种来源
- 2.4) 泰国的医疗服务声誉/医疗设施
- 2.99) 其他 (请注明)

(跳到 6 号)

3. 如果您打算在泰国使用医疗服务，请通过排序并选择影响决策的 5 个级别，具体说明影响泰国医疗服务使用决策的因素。

影响泰国医疗服务使用决策的因素	影响决策的级别				
	最高 (5)	高 (4)	中等 (3)	低 (2)	最低 (1)
____ 1) 在您的国家的医生建议					
____ 2) 来自朋友/亲戚/熟人的建议					
____ 3) 健康顾问/卫生代表的建议					

___ 4) 泰国经济实惠的医疗费用					
___ 5) 泰国医疗设施的声誉					
___ 6) 泰国医生的声誉					
___ 7) 泰国的医疗服务标准					
___ 8) 外国人的意外保险计划					
___ 9) 方便的医疗报销系统					
___ 10) 私人医疗保险的支付					
___ 11) 在泰国允许逗留的时间					
___ 12) 住宿费用以及陪同治疗的人员的食品 和饮料的费用相对较低					
___ 13) 轻松前往该国					
___ 14) 泰国作为著名的旅游胜地。 在泰国治疗后，方便患者或同行的伴 侣旅游。					
___ 99) 其他 (请注明)					

4. 如果您打算在泰国使用医疗服务，您在前往泰国之前是否与任何医疗服务代表联系？

- 1) 没有先前的约定
 2) 事先联系/安排

联系渠道	满意度				
	差 (1)	低于平均值 (2)	中等 (3)	好 (4)	很好 (5)
2.1) 电子邮件 (E-mail)					
2.2) 电话					
2.3) 服务台					
2.4) 通过相关代理商					
2.5) 活动参展摊位					
2.99) 其他 (请注明).....					

5. ใน 2016 - 2019 之间，您是否曾前往泰国参与医疗服务？如果是，有多少次
 (包括这次)？.....次。

6. 这次使用的主要的医疗机关

- _____ 1) 政府医院。名称:
- _____ 2) 私立医院。名称:
- _____ 3) 一般诊所。名称:
- _____ 4) 专业诊所。名称:
- _____ 99) 其他 (请注明).....

7. 您这次使用的医疗服务 (可以有 1 个以上的答案)

医疗服务	类型/持续时间
<input type="checkbox"/> 1) 抗衰老和健康养生	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.
<input type="checkbox"/> 2) 心血管相关治疗	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.
<input type="checkbox"/> 3) 骨骼，关节，肌腱和肌肉相关的 治疗方法	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.
<input type="checkbox"/> 4) 牙科服务	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.
<input type="checkbox"/> 5) 不孕症治疗服务	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.
<input type="checkbox"/> 6) 癌症治疗	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.
<input type="checkbox"/> 7) 器官移植	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.
<input type="checkbox"/> 8) 变性手术	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.
<input type="checkbox"/> 9) 健康检查	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.

<input type="checkbox"/> 99) 其他 (请注明)	<input type="checkbox"/> 1) 门诊部(OPD) (指定几次)..... 次. <input type="checkbox"/> 2) 住院部(IPD) (指定几次)..... 次.
8. 使用医疗服务的付款方式 <input type="checkbox"/> 1) 自己 <input type="checkbox"/> 2) 健康和医疗保险 <input type="checkbox"/> 3) 国家福利 <input type="checkbox"/> 4) 社会保障 <input type="checkbox"/> 99) 其他 (请注明)	
9. 泰国的医疗费用 <input type="checkbox"/> 5) 非常贵 <input type="checkbox"/> 4) 昂贵 <input type="checkbox"/> 3) 中等 <input type="checkbox"/> 2) 不贵 <input type="checkbox"/> 1) 便宜 原因.....	
10. 在您看来，您认为泰国的医疗服务在您下次访问时应该改善哪些方面？ (答案可以超过 1 个) <input type="checkbox"/> 1) 新服务 (请注明) <input type="checkbox"/> 2) 专科医生 (请注明) <input type="checkbox"/> 3) 将医疗费用带到本国进行报销的灵活性 <input type="checkbox"/> 4) 提高医疗服务联络渠道的便利性 <input type="checkbox"/> 5) 医疗设备准备情况 <input type="checkbox"/> 6) 更方便的签证程序 <input type="checkbox"/> 7) 更长的签证持续 <input type="checkbox"/> 8) 翻译员 <input type="checkbox"/> 9) 随时可用的信息 <input type="checkbox"/> 10) 泰国的集中医疗咨询提供商 <input type="checkbox"/> 11) 更多的医疗后续行动 <input type="checkbox"/> 99) 其他 (请注明).....	
11. 在您看来，您认为泰国医疗服务的标志是什么？ (排序 1 表示最佳，6 表示最低) _____ 1) 医务人员素质 _____ 2) 对比其他同等的服务质量，医疗费用更便宜 _____ 3) 现代医疗设备 _____ 4) 泰国医疗服务的旅行援助 _____ 5) 患者/亲属/陪同人员的设施 _____ 99) 其他 (请注明)	
12. 在泰国使用医疗服务时，您是否购买了健康从业者处方药物/药品以外的任何健康相关产品？ <input type="checkbox"/> 1) 有买 (继续填写 13 题) <input type="checkbox"/> 2) 没买	

<p>13. 你从哪里购买医疗产品？</p> <p><input type="checkbox"/> 1) 百货商店 <input type="checkbox"/> 2) 普通商店 <input type="checkbox"/> 3) 商店位于旅游中心 <input type="checkbox"/> 4) 网站</p> <p><input type="checkbox"/> 99) 其他 (请注明).....</p>
<p>14. 如果需要，将来你会回到泰国使用医疗服务吗？</p> <p><input type="checkbox"/> 1) 将不会 请说明理由.....</p> <p><input type="checkbox"/> 2) 将会 请说明理由.....</p>
<p>15. 在泰国使用医疗服务面临的任何障碍？请详细说明。</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>16. 如果有机会，您建议您身边的朋友在泰国使用医疗服务吗？</p> <p><input type="checkbox"/> 1) 不，因为..... <input type="checkbox"/> 2) 会</p>
<p>17. 您对泰国政府将泰国打造成世界级医疗中心有什么建议？</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>18. 您对泰国医疗服务的发展有什么建议吗？</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>19. 如果您打算前往国外使用医疗服务，您是否考虑过泰国以外的其他国家？</p> <p><input type="checkbox"/> 1) 不（只有泰国）</p> <p><input type="checkbox"/> 2) 是的，若有，请注明您考虑的国家.....</p>
<p>20. 2016 - 2019 年期间外出时间到国外接受治疗（包括这次）..... 次。仅限泰国（包括这次）..... 次。</p>

21. 旅费和医疗费		
细节		金额 (泰铢) (仅限自费)
21.1 通过旅行社		
1) 旅游套餐 <input type="checkbox"/> 1.1) 般旅游 <input type="checkbox"/> 1.2) 医疗旅游		
2) 如果需要额外报销旅游套餐，请注明额外金额。		
3) 医疗服务		
<input type="checkbox"/> 3.1) 抗衰老和健康养生		
<input type="checkbox"/> 3.2) 心血管相关治疗		
<input type="checkbox"/> 3.3) 骨骼，关节，肌腱和肌肉相关的治疗方法		
<input type="checkbox"/> 3.4) 牙科服务		
<input type="checkbox"/> 3.5) 不孕症治疗服务		
<input type="checkbox"/> 3.6) 癌症治疗		
<input type="checkbox"/> 3.7) 器官移植		
<input type="checkbox"/> 3.8) 变性手术		
<input type="checkbox"/> 3.9) 健康检查		
<input type="checkbox"/> 3.99) 其他 (请注明).....		
4) 药用购买		
产品	用传统草药	金额 (近似值)
<input type="checkbox"/> 4.1) 局部用药	<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不	
<input type="checkbox"/> 4.2) 内科	<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不	
<input type="checkbox"/> 4.3) 美容产品/化妆品	<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不	
<input type="checkbox"/> 4.4) 额外产品	<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不	
<input type="checkbox"/> 4.5) 保健品	<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不	
<input type="checkbox"/> 4.99) 其他 (请注明)	<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不	
<input type="checkbox"/> 99) 其他 (请注明).....		

21.2 通过自助旅行		
<input type="checkbox"/> 1) 机票		
<input type="checkbox"/> 2) 住宿费		
<input type="checkbox"/> 3) 食品与饮料		
<input type="checkbox"/> 4) 购物费		
<input type="checkbox"/> 5) 观光费用		
<input type="checkbox"/> 6) 娱乐		
<input type="checkbox"/> 7) 从事医疗服务		
<input type="checkbox"/> 7.1) 抗衰老和健康养生		
<input type="checkbox"/> 7.2) 心血管相关治疗		
<input type="checkbox"/> 7.3) 骨骼, 关节·肌腱和肌肉相关的治疗方法		
<input type="checkbox"/> 7.4) 牙科服务		
<input type="checkbox"/> 7.5) 不孕症治疗服务		
<input type="checkbox"/> 7.6) 癌症治疗		
<input type="checkbox"/> 7.7) 器官移植		
<input type="checkbox"/> 7.8) 变性手术		
<input type="checkbox"/> 7.9) 健康检查		
<input type="checkbox"/> 7.99) 其他 (请注明).....		
<input type="checkbox"/> 8) 药用购买		
	产品	用传统草药
		金额 (近似值)
<input type="checkbox"/> 8.1) 外用药		<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不
<input type="checkbox"/> 8.2) 内科		<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不
<input type="checkbox"/> 8.3) 美容产品/化妆品		<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不
<input type="checkbox"/> 8.4) 额外产品		<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不
<input type="checkbox"/> 8.5) 保健品		<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不
<input type="checkbox"/> 8.99) 其他 (请注明)		<input type="checkbox"/> 1) 是 <input type="checkbox"/> 2) 不
<input type="checkbox"/> 99) 其他 (请注明).....		

4. ใน泰国旅行期间，您如何了解水疗，泰式按摩，温泉，其他健康服务？

来源 (可以打勾超过 1 种来源)

- 1) 互联网 2) 泰国旅游公司 3) 电视
 4) 印刷材料 (可以打勾超过 1 种类型的印刷品)
 4.1) 旅游杂志 4.2) 报纸 4.3) 酒店出版
 4.4) 其他 (请注明).....
 5) 导游 6) 广告牌 7) 亲戚/朋友/熟人
 8) 出租车司机/其他公共交通工具 9) 其他 (请注明).....

5. 影响您决定使用水疗服务，泰式按摩，温泉，其他健康服务的因素 (可以打勾超过 1 个因素)

- 1) 导游 2) 酒店/住宿提供的服务
 3) 出租车司机/酒店/其他公共服务司机的建议
 4) 酒店工作人员/酒店客人推荐 5) 在酒店的旅游柜台推荐
 6) 亲戚/朋友/熟人介绍 7) 来自各种媒体广告
 8) 其他 (请注明).....

6. 在这次旅行中你使用了哪些服务？

6.1 水疗中心

- 1) 日间水疗中心 2) 俱乐部水疗 3) 游轮水疗
 4) 医疗水疗 5) 矿泉水疗
 6) 酒店和度假村水疗 7) 目的地水疗
 99) 其他 (请注明).....
(请注明省名)
(请注明水疗中心的名称)

6.2 泰式按摩

- 1) 在酒店/住宿的泰式按摩 2) 住宿附近的泰式按摩
 3) 旅游景点附近的泰式按摩 4) 远离旅游景点/住宿的泰式按摩
(请注明省名)
(请注明泰式按摩的名称).....

6.3 温泉

(指定温泉的名称) (温泉的省)

6.3 其他保健服务

- 1) (请指定省名称)..... (请指定企业的名称).....
- 2) (请指定省名称)..... (请指定企业的名称).....
- 3) (请指定省名称)..... (请指定企业的名称).....

7. 在这次旅行中使用水疗服务，泰式按摩，温泉，其他保健服务的频率。

- 1) 水疗服务 次
- 2) 泰式按摩.....次
- 3) 温泉次
- 4) 其他保健服务 (请注明)
名称:..... 次数:.....次
名称:..... 次数:.....次

8. 在泰国使用水疗服务，泰式按摩，温泉，其他保健服务的费用。

- 5) 非常贵 4) 昂贵 3) 中等 2) 不贵 1) 廉价
原因.....

9. 请在泰国使用水疗服务，泰式按摩，温泉和其他健康服务时，注明最让您印象深刻的东西。

- 1) 水疗中心
.....
.....
- 2) 泰式按摩
.....
.....
- 3) 温泉
.....
.....
- 4) 其他保健服务 (请注明)
.....
.....

10. 请详细说明泰国的水疗中心，泰式按摩，温泉，其他健康服务的优缺点

(仅在使用服务时勾选)

影响在泰国使用该服务的决定的因素					
	最高 (5)	高 (4)	中等 (3)	低 (2)	最低 (1)
10.1 水疗中心					
优点					
_____ 1) 价钱					
_____ 2) 氛围					
_____ 3) 员工友善					
_____ 4) 服务标准					
_____ 5) 使用草药或药物					
_____ 99) 其他 (请注明).....					
弱点					
_____ 1) 价钱					
_____ 2) 氛围					
_____ 3) 员工友善					
_____ 4) 服务标准					
_____ 5) 使用草药或药物					
_____ 99) 其他 (请注明).....					
10.2 泰式按摩					
优点					
_____ 1) 价钱					
_____ 2) 氛围					
_____ 3) 员工友善					
_____ 4) 服务标准					
_____ 5) 使用草药或药物					
_____ 99) 其他 (请注明).....					

影响在泰国使用该服务的决定的因素					
	最高 (5)	高 (4)	中等 (3)	低 (2)	最低 (1)
弱点					
_____ 1) 价钱					
_____ 2) 氛围					
_____ 3) 员工友善					
_____ 4) 服务标准					
_____ 5) 使用草药或药物					
_____ 99) 其他 (请注明).....					
10.3 温泉 (指定温泉的名称.....省.....)					
优点					
_____ 1) 价钱					
_____ 2) 氛围					
_____ 3) 员工友善					
_____ 4) 服务标准					
_____ 5) 使用草药或药物					
_____ 99) 其他 (请注明).....					
弱点					
_____ 1) 价钱					
_____ 2) 氛围					
_____ 3) 员工友善					
_____ 4) 服务标准					
_____ 5) 使用草药或药物					
_____ 99) 其他 (请注明).....					
10.4 其他医疗服 (指定.....)					
优点					
_____ 1) 价钱					
_____ 2) 氛围					

影响在泰国使用该服务的决定的因素					
	最高 (5)	高 (4)	中等 (3)	低 (2)	最低 (1)
_____ 1) 价钱					
_____ 2) 氛围					
_____ 3) 员工友善					
_____ 4) 服务标准					
_____ 5) 使用草药或药物					
_____ 99) 其他 (请注明).....					
弱点					
_____ 1) 价钱					
_____ 2) 氛围					
_____ 3) 员工友善					
_____ 4) 服务标准					
_____ 5) 使用草药或药物					
_____ 99) 其他 (请注明).....					

11. 影响使用水疗服务，泰式按摩，温泉，泰国其他医疗服务决策的未来因素 (优先级从 1 到 7
 1 =最重要，7 =最不重要)

影响决定使用服务的因素	影响决策的级别				
	最高 (5)	高 (4)	中等 (3)	低 (2)	最低 (1)
_____ 1) 位置必须被大自然包围，如山脉，大海，瀑布等。					
_____ 2) 所用材料/设备的质量					
_____ 3) 员工的专业知识和温暖					
_____ 4) 服务标准					
_____ 5) 建立的形象					
_____ 6) 服务率/等待时间					
_____ 99) 其他 (请注明).....					



12. 您是否知道由卫生服务支持部门签发的标有认证的设施的标志？

- 1) 我知道 2) 不, 我不知道

的服务设施是代表经卫生服务支持部门

13. 未来, 您将在泰国使用水疗服务, 泰式按摩, 温泉, 其他健康服务的省份？

(省名)

命名省份的原因

.....

14. 您未来前往泰国的旅行是否包括水疗, 泰式按摩, 温泉, 其他健康服务

- 1) 不会, 因为.....
 2) 会, 因为.....

15. 你会推荐亲戚/朋友/熟人在泰国使用水疗服务, 泰式按摩, 温泉, 其他健康服务吗？

15.1 水疗服务

- 1) 不会 2) 会

15.2 泰式按摩

- 1) 不会 2) 会

15.3 温泉 (温泉名称.....省.....)

- 1) 不会 2) 会

15.4 其他保健服务 (请注明.....)

- 1) 不会 2) 会

15.5 其他保健服务 (请注明.....)

- 1) 不会 2) 会

16. 在泰国使用水疗服务/泰式按摩/温泉/其他健康服务所面临的问题和障碍

.....

17. 其他建议改善泰国的水疗, 泰式按摩, 温泉, 其他健康服务

.....

18. 旅行费用和水疗服务/泰式按摩/温泉/其他健康服务

事项		金额 (泰铢) (仅限受访者/自己)
18.1. 通过旅行社		
1) 旅游套餐		
<input type="checkbox"/> 1.1) 一般旅游		
<input type="checkbox"/> 1.2) 医疗旅游		
2) 如果需要额外报销旅游套餐，请注明额外金额。		
3) 卫生服务费		
<input type="checkbox"/> 3.1) 水疗中心		
<input type="checkbox"/> 3.2) 泰式按摩		
<input type="checkbox"/> 3.3) 温泉		
<input type="checkbox"/> 3.99) 其他 (请注明)		
4) 健康产品购买		
产品	草药成分	金额 (近似值)
<input type="checkbox"/> 4.1) 外用药	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 4.2) 内科	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 4.3) 美容产品/化妆品	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 4.4) 其他产品	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 4.5) 保健品	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 4.99) 其他 (请注明)	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 99) 其他 (请注明).....		
18.2. 通过自助旅行		
<input type="checkbox"/> 1) 机票		
<input type="checkbox"/> 2) 住宿费		

<input type="checkbox"/> 3) 食品与饮料		
<input type="checkbox"/> 4) 购物费用		
<input type="checkbox"/> 5) 观光费用		
<input type="checkbox"/> 6) 娱乐		
<input type="checkbox"/> 7) 卫生服务费用		
<input type="checkbox"/> 7.1) 水疗中心		
<input type="checkbox"/> 7.2) 泰式按摩		
<input type="checkbox"/> 7.3) 温泉		
<input type="checkbox"/> 7.99) 其他 (请注明).....		
<input type="checkbox"/> 8) 健康产品购买		
产品	草药成分	金额 (近似值)
<input type="checkbox"/> 8.1) 外用药	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 8.2) 内科	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 8.3) 美容产品/化妆品	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 8.4) 额外补充	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 8.5) 保健品	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 8.99) 其他 (请注明)	1) 有 <input type="checkbox"/> 2) 没有	
<input type="checkbox"/> 99) 其他 (请注明).....		

Part 4 个人信息	
1. 性别	<input type="checkbox"/> 1) 男 <input type="checkbox"/> 2) 女
2. 年龄	<input type="checkbox"/> 1) 低于 15 岁 <input type="checkbox"/> 2) 15 - 24 岁 <input type="checkbox"/> 3) 25 - 34 岁 <input type="checkbox"/> 4) 35 - 44 岁 <input type="checkbox"/> 5) 45 - 54 岁 <input type="checkbox"/> 6) 55 - 64 岁 <input type="checkbox"/> 7) 65 岁以上
3. 婚姻状况	<input type="checkbox"/> 1) 单身 <input type="checkbox"/> 2) 已婚 <input type="checkbox"/> 3) 离婚/丧偶
4. 职业	<input type="checkbox"/> 1) 政府官员 <input type="checkbox"/> 2) 国营企业员工 <input type="checkbox"/> 3) 私营部门 <input type="checkbox"/> 4) 业主 <input type="checkbox"/> 5) 学生 <input type="checkbox"/> 6) 家庭主妇 <input type="checkbox"/> 7) 自由职业者 <input type="checkbox"/> 8) 退休 <input type="checkbox"/> 99) 其他 (请注明)
5. 教育程度	<input type="checkbox"/> 1) 学士学位以下 <input type="checkbox"/> 2) 学士学位 <input type="checkbox"/> 3) 博士及以上
6. 月收入	<input type="checkbox"/> 1) 低于 1,000 美元 <input type="checkbox"/> 2) 1,000 - 5,000 美元 <input type="checkbox"/> 3) 5,001 - 9,999 美元 <input type="checkbox"/> 4) 10,000 - 25,000 美元 <input type="checkbox"/> 5) 25,001 - 50,000 美元 <input type="checkbox"/> 6) 超过 50,000 美元
感谢您的配合 !	
采访者	采访日期.....
采访地点.....	

